**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**
**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

# НОВІ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ І НАУКИ XXI СТОЛІТТЯ: ІНКОРПОРАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ПРАКТИК У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Київ 2024

УДК 378 : 001.2]-026.15 “20”
Н 73

Рецензенти

*Ю. В. Трач*, доктор культурології, професор,
проректор з наукової роботи
Київського національного університету культури і мистецтв

*С. В. Виткалов*, доктор культурології, професор,
професор кафедри івент-індустрій, культурології та музеєзнавства
Рівненського державного гуманітарного університету

*Рекомендовано до друку на засіданні вченої ради*
*Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*
*(протокол № 14 від 20.06.2024)*

Н 73 Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. 222 с.

ISBN 978-966-452-328-5

Колективна монографія виконана в межах кафедральної теми Creative management in the system of socio-cultural development: domestic and foreign practice / Креативний менеджмент у системі соціокультурної розбудови: вітчизняна та зарубіжна практика (реєстраційний номер 0115 U001572, 2018–2023 рр.) на кафедрі артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

Для науковців, аспірантів, магістрантів та молодих дослідників.

УДК 378 : 001.2]-026.15 “20”

ISBN 978-966-452-328-5

© Колектив авторів, 2024
© Національна академія керівних
кадрів культури і мистецтв, 2024

# ЗМІСТ

**ПЕРЕДМОВА (*Копієвська О. Р.*)** ..... 6

**Розділ 1. КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В УМОВАХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ *(Копієвська О. Р.)*** ..... 7

1.1. Креативна трансформація цілей, змісту і структури освітніх траєкторій у підготовці фахівців для сфери культури і мистецтв ..... 7
1.2. Ціннісний дискурс креативності в освітніх практиках мистецької освіти 9
1.3. Інтенції освітніх практик у процесах формування професійних компетентностей ..... 15
1.4. Демократизація освітнього процесу: креативні виклики для мистецької освіти ..... 18
1.5. Креативність як спеціальна компетентність у системі подолання гібридних конфліктів ..... 21

**Розділ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В МЕЖАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ *(Воробйова Н. П.)*** ..... 25

2.1. Аналіз євроінтеграційного розвитку України ..... 25
2.2. Співробітництво в галузі дозвілля та культурний аспект європейської інтеграції ..... 29
2.3. Соціокультурне брендування на шляху євроінтеграції України ..... 33
2.4. Транскордонне співробітництво України та ЄС ..... 37
2.5. Програма Європейського Союзу «Креативна Європа» ..... 39
2.6. Грантові програми єврорегіонів ..... 41

**Розділ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА *(Головач Н. М.)*** .. 46

3.1. Проєктна діяльність у соціокультурній сфері України ..... 46
3.2. Європейський досвід підтримки культури через проєктну діяльність ... 51
3.3. Неформальні освітні проєкти для менеджерів соціокультурної діяльності 55

**Розділ 4. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: МІСЦЕ ТА ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ *(Вєдєнєєв Д. В.)*** ..... 64

4.1. Історичні форми культурної дипломатії України у XX столітті ..... 64
4.2. Сучасні погляди на функції та напрями діяльності культурної дипломатії як складової стратегії «м'якої сили» в міжнародних відносинах ..... 67
4.3. Організаційно-правові та концептуальні засади здійснення культурної дипломатії в Україні ..... 70

4.4. Інфраструктура державних органів та установ України, на які покладено реалізацію функцій культурної дипломатії ..... 72
4.5. Діяльність Українського інституту як провідної спеціалізованої установи культурної дипломатії..... 75
4.6. Культурна дипломатія як перспективний компонент системи стратегічних комунікацій України ..... 77

**Розділ 5. ПРАКТИЧНА КУЛЬТУРОТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС СУСПІЛЬСТВА *(Дячук В. П.)*** ..... 82

5.1. Інноваційний потенціал культурних практик ..... 82
5.2. Культурний простір у парадигмі людського буття ..... 86
5.3. Формувальні чинники системи цінностей «культурних кодів» ..... 88
5.4. Культурні змісти суспільних трансформацій: від глобального до локального ..... 90
5.5. Еволюція іміджетворення закладів соціокультурної сфери в добу постіндустріальної культури ..... 93

**Розділ 6. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЯК ЧИННИК ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ *(Шевченко Н. О.)*** ..... 102

6.1. Використання інноваційних технологій навчання в сучасній системі підготовки фахівців культурних і креативних індустрій ..... 102
6.2. Рекреаційно-туристична діяльність у системі соціально-культурного розвитку територій (досвід викладання дисциплін, передбачених освітньою програмою «Менеджмент соціокультурної діяльності» (готельний, туристичний, рекреаційний)..... 106
6.3. Інтенсифікація знань з теорії і практики організації конгресного і ділового туризму як ресурс удосконалення професійної компетентності працівників соціокультурної сфери ..... 111
6.4. Забезпечення якості послуг соціокультурних підприємств на локальному, регіональному та національному рівнях шляхом підвищення кваліфікації керівників і фахівців закладів культури ..... 113

**Розділ 7. ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ *(Науменко О. А.)*** ..... 121

7.1. Стимул як особистісний детермінант формування життєвого простору художньо-творчої особистості..... 121
7.2. Тонус та інтуїція – детермінанти креативних процесів ..... 126
7.3. Формування нових ідей – шлях до успіху ..... 127
7.4. Внутрішні передумови творчої активності особистості ..... 129
7.5. Роль діалогічного мислення у творчому розвитку ..... 134

**Зміст**

**Розділ 8. ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ** ***(Філіна Т. В.)*** ..... 140

8.1. Сутність культурних потреб ..... 140
8.2. Специфіка культурних продуктів ..... 143
8.3. Особливості культурно-дозвіллєвої діяльності студентської молоді .... 146
8.4. Заходи та проєкти кафедри артменеджменту та івент-технологій у системі задоволення культурних потреб здобувачів НАКККіМ ..... 151

**Розділ 9. АЛГОРИТМИ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ГЕНЕРАЦІЇ ФАХІВЦІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ ЗАСОБАМИ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ** ***(Васильченко Л. Л., Святненко А. В.)*** ..... 166

9.1. Практика як складова навчального процесу в закордонних закладах вищої освіти (*Васильченко Л. Л.)* ..... 166
9.2. Практика як провідний компонент у становленні майбутніх фахівців у сфері культури і мистецтв (на прикладі спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності НАКККіМ) (*Святненко А. В.*)... 173

**Розділ 10. РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ В СИСТЕМІ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНОЇ ОСВІТИ** ***(Хіміч Я. О.)*** ..... 187

10.1. Вплив інформатизації та цифровізації суспільства на інноваційні зміни в діяльності публічних бібліотек України. Підвищення кваліфікації бібліотечних працівників ..... 187
10.2. Проєктна діяльність Української бібліотечної асоціації для розвитку бібліотечних інновацій ..... 194

**Розділ 11. АДВОКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ В ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ** ***(Загуменна В. В.)*** ..... 204

11.1. Теоретико-методичні засади адвокації бібліотек: зміст поняття ..... 204
11.2. Мета адвокації і її структурні компоненти ..... 207
11.3. Планування адвокаційної кампанії ..... 209
11.4. Методи та інструменти адвокації ..... 211
11.5. Роль Української бібліотечної асоціації у відстоюванні інтересів бібліотек. Програми УБА з адвокації ..... 214

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ ..... 220**

# ПЕРЕДМОВА

Дослідження трансформаційних процесів у культурних креативних індустріях і пов'язаних з ними проблем у науці, освіті та практичній реалізації не тільки набувають якісно нових характеристик і підходів, а й потребують їх концептуалізації. Науково-практичне осмислення креативних індустрій у культурі характеризується міждисциплінарним підходом. Це значною мірою зумовлює той спектр проблематики, який розкрито в представленій монографії, адже питання сприяння розвитку креативним індустріям у культурі є одним з основних завдань та пріоритетів державної політики в культурі, реалізація якої має бути науково обґрунтованою та відповідно підкріпленою найкращими практиками й досвідом. На цьому шляху відкриваються значні перспективи для міждисциплінарного осмислення та всебічного теоретико-практичного аналізу.

У виданні розкрито актуальні питання щодо значення та розвитку креативних індустрій в Україні, акцентовано на пріоритетності переосмислення спеціальних компетентностей у підготовці фахівців для галузі культури та мистецтв, змістовної трансформації цілей, змісту і структури освітніх та ціннісних траєкторій, їх демократизації. Осмислено проблеми та перспективи розвитку соціокультурної сфери України в межах євроінтеграційних процесів через призму особливостей соціокультурного проєктування, культурної дипломатії та культуротворчих стратегій. Розкрито диверсифікаційні форми організації навчального процесу, психологічні детермінанти творчого мислення крізь призму культурних потреб студентської молоді засобами практичної підготовки. Особлива увага вчених прикута до феномену креативності в процесі формування фахових компетентностей для майбутніх менеджерів культури.

Саме це широке коло питань і є об'єктом аналізу в колективній монографії «Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв».

Опрацювання матеріалу та рекомендованих літературних джерел буде сприяти усвідомленню стейкхолдерами соціокультурних трансформацій, зокрема освітніх практик, процесів та особливостей формування і набуття спеціальних компетентностей та практичної перспективності стратегічного планування задля розвитку креативних індустрій в культурному секторі. Монографія містить інформацію про відповідні методики, специфіку освітніх і культуротворчих процесів, що відбуваються в освітньому та галузевому просторах.

У виданні здійснено ретроспективний і перспективний аналіз досліджуваної проблематики відповідно до просторово-часової специфіки сфери культури та мистецтв. Це дало змогу з'ясувати особливості її регулювання в теоретико-правовому та практичному дискурсі.

Монографічне дослідження може бути використано для підготовки освітньо-професійних програм та розробки навчально-методичних матеріалів для освітніх компонент у підготовці фахівців галузі культури і мистецтв, рекомендовано для всіх стейкхолдерів культурно-мистецьтких трансформацій, які зацікавлені в розвитку креативних індустрій та підготовці кадрів.

***Ольга Копієвська,***
*доктор культурології, професор,*
*заслужений працівник освіти України*

# Розділ 1

# КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В УМОВАХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

## 1.1. Креативна трансформація цілей, змісту і структури освітніх траєкторій у підготовці фахівців для сфери культури і мистецтв

Культурно-мистецькі трансформації є цілісним, поступально-перетворювальним процесом, який спрямований на інноваційний вектор культурного, мистецького розвитку, що містить у собі такі моделі трансформації: політичну, інформаційну, економічну, суб'єктну, ціннісну, освітню тощо.

Сфера культури і мистецтв є важливою частиною української реальності, місія і потенціал якої дозволяє забезпечити гармонійне життя і розвиток людини, реалізувати культурні права та свободи, визначити перспективне й неповторне місце українського культурного продукту в його глобальному та локальному вимірах.

Сучасна освітня реальність характеризується значними трансформаціями, які відбуваються в усіх сферах людського буття, де особливе значення належить процесам підготовки фахівців для культурно-мистецької сфери. Держава створює умови для здобуття спеціалізованої освіти, мистецької зокрема.

У Законі України «Про освіту» заначено, що «мистецька освіта передбачає здобуття спеціальних здібностей, естетичного досвіду і ціннісних орієнтацій у процесі активної мистецької діяльності, набуття особою комплексу професійних, у тому числі виконавських, компетентностей та спрямована на професійну художньо-творчу самореалізацію особистості і отримання кваліфікацій у різних видах мистецтва» [12]. Мистецька освіта в Україні передбачає початковий, профільний, фаховий передвищий та вищий рівні.

Українська професійна освіта у сфері культури і мистецтв має свої давні традиції, які довгі часи не зазнавали змін, тоді як професійні компетентності, які потрібні сьогодні працівникові галузі кардинально змінилися. Професійну компетентність ми визначаємо як сукупність кваліфікаційних знань та вмінь, які спеціаліст набуває як під час здобуття спеціалізованої освіти, так і в індивідуальному професійному зростанні. Актуальним є теоретико-практичне переосмислення цілей, змісту і структури освітніх практик у системі набуття професійних компетентностей через призму теорії і практики креативності.

Характеризуючи сучасний стан закладів освіти, які готують спеціалістів для культурно-мистецької сфери, визначимо низку проблем, з якими стикаються останні, а саме: уніфікація спеціалізацій; мінімізація державного замовлення; недостатній рівень матеріально-технічної бази; відсутність робочих місць; професійне вигорання тощо. Саме тому українська культурно-мистецька освіта, її проблеми, пріоритетність і перспективність потребують активного вивчення на всіх рівнях – від науково-практичного до організаційно-правового. При цьому актуалізується питання трансформації освітніх практик для студентської молоді культурно-мистецьких професій в умовах цифрової епохи. Потребує відповідей запитання

щодо ролі та значення креативних технологій у системі професійного становлення студентської молоді. Беззаперечним є ґрунтовне теоретичне осмислення і відповідне практичне впровадження в освітній процес креативних практик, результат яких буде адаптований до процесів соціокультурної глобалізації та світової дигіталізації.

Сучасний освітній простір характеризується специфічними особливостями, які пов'язані з креативними формами навчання, їх доступністю, відкритістю, результативністю, здатністю трансформуватися і переоцінювати цінності, адаптовуватися до вимог сучасності.

Поняття «освітня практика» міцно закріпило свої позиції в практичній освітній діяльності. Звернемося до теоретичного осмислення визначеного поняття, уточнимо спільні риси та виняткові особливості з такими спорідненими для культурно-мистецької освіти категоріями, як: культурна практика, соціокультурна практика, креативна практика, інноваційна практика.

Освіта, освітні практики є тим важливим інструментом, який дає змогу розвинути й виховати освічену людину, людину-громадянина, професіонала у своїй справі. Трансформація освітніх практик у такому контексті має забезпечити кожному учаснику освітнього процесу широкі можливості для здобуття адекватних і прийнятних умов для професійного становлення та розвитку. Уявлення про те, які якості повинен набути здобувач під час професійного навчання і, відповідно, якою має бути система освіти, потребує ретельного осмислення всіма суб'єктами освітнього процесу та на всіх його рівнях. На часі – забезпечення здобувача надійним набором професійних компетенцій, умінням визначати власний професійний шлях у все більш невизначеному, швидкозмінному світі.

Трансформації цілей, змісту та структури освітніх траєкторій у підготовці фахівців для сфери культури й мистецтв спрямована на пріоритетність знань про людину культурну, творчу, її культуротворчий світ. Особливої ваги набувають знання про ефективність конструктивної, раціональної професійної комунікації, емоційної стійкості, інтелектуальних, трудових, організаційних умінь та навичок. Актуалізується питання про продовження освіти та самоосвіти, що дозволяє сформувати власні професійні траєкторії.

Саме тому ми акцентуємо на важливості впровадження креативних методик і технік в освітніх практиках, які, на нашу думку, є ефективним та результативним освітнім інструментарієм для набуття конкурентоспроможних професійних компетентностей.

Креативність як професійна компетентність є пріоритетною для багатьох держав, що спричинило розробку та впровадження нових освітніх стратегій, де ключовими компонентами виступили: генерація ідей, творчий, інноваційний підхід до вирішення глобальних і локальних проблем. Саме теоретико-практичне осмислення освітніх практик у креативному дискурсі, їх трансформація відповідає актуальним завданням сучасного розвитку освітнього простору та зумовлене важливістю емпіричного й теоретичного осмислення його потенціалу в цій сфері задля виокремлення нагальних проблем та надання рекомендацій для шляхів їх розв'язання.

Беззаперечною є перспективність наукових досліджень практичних ресурсів креативних освітніх практик і для України. Саме креативність в освіті потенційно здатна сформувати відповідний набір конкурентоспроможних професійних компетентностей молодим спеціалістам у культурно-мистецькій сфері.

У такому контексті посилюються значення та пріоритетність теоретичного осмислення креативного дискурсу освітніх практик, інтерес до вивчення різноманітних факторів, що впливають на сучасні освітні трансформації, з урахуванням пропозицій всіх стейкхолдерів освітнього процесу. Результат таких досліджень дозволить побудувати сучасний професійний освітній простір, у якому логічно поєднаються педагогічні традиції з креативними, сучасними освітніми практиками та авторським методичним інструментарієм.

Тема освітніх практик не є новою для української науки. Але при цьому зміст і сутність освітньої практики, її роль і значення є переважно об'єктом вивчення педагогічної науки. Розкриваючи семантичне поле категорії «освітня практика», науковці позначають останню як активну діяльність людини, що характеризується предметним наповненням.

До проблематики феномену освітньої практики звертається українська вчена О. Рудіна. Вона розглядає освітню практику через призму її соціально-культурних особливостей та феноменів, що існують, розвиваються і змінюються відповідно до певних соціокультурних, інноваційних, освітніх, професійно-педагогічних трансформацій, суспільних настроїв тощо [14].

До проблематики ролі та значення креативності в освітньому процесі звертається О. Ярошинська. Дослідниця визначає креативність як провідний принцип перетворення освітнього середовища, де виняткового значення набуває трансформація креативної педагогічної діяльності, феномен якої дослідниця вбачає в партнерських стосунках між студентом і викладачем, пріоритетності творчої активності при вирішенні педагогічних завдань [18].

Отже, трансформації цілей, змісту і структури освітніх траєкторій у підготовці фахівців для сфери культури і мистецтв актуалізують питання теоретико-практичного осмислення креативного дискурсу освітніх практик у набутті професійних компетентностей та виокремлення дієвого методичного інструментарію задля високопрофесійної результативності як майбутніх фахівців культурно-мистецької сфери, так і працівників галузі.

## 1.2. Ціннісний дискурс креативності в освітніх практиках мистецької освіти

Креативна практика як важливий елемент освітнього процесу, на яку впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори, є об'єктом вивчення, трансформації та розуміння всіма учасниками. Врахування індивідуального сприйняття освітньої практики, її результату дає змогу осмислити її в креативному дискурсі. Створення креативного педагогічного процесу та творчого підходу до його забезпечення є взаємозумовленими компонентами, на які впливають особистісні якості учасників освітнього процесу, їх цілі, мотиви, бажання, емоції тощо.

Акцентуючи саме на креативному дискурсі освітніх практик, розглядаємо цю категорію як комунікативну дію, яка дозволяє встановити творчо-активне партнерство в навчальному середовищі для набуття спеціальних компетентностей, як індивідуальних, так і колективних.

На особливому значенні креативного підходу, творчості в освітніх практиках наголошує англійський вчений, відомий експерт з питань трансформації освіти Кен Робінсон. Осмислюючи креативність як елемент творчості, вчений у роботі «Освіта проти таланту. Сила творчості» слушно наголошує на дещо хибному розумінні значенні творчості в освіті. На думку дослідника, «з одного боку, бути творчим зазвичай означає бавитися з ідеями і веселитися, гарно проводити час і давати волю уяві, з іншого – бути творчим – це також зосереджено працювати над ідеями та проєктами, надавати їм найкращої форми й аналізувати, які рішення працюють найліпше і чому» [13, 24].

Отже, креативність в освітніх практиках передбачає активне впровадження творчих ініціатив від усіх учасників освітнього процесу – від педагога до здобувача.

Особливого розуміння креативної трансформації цілей та змісту освітніх практик, їх індивідуальної творчої траєкторії потребують здобувачі освіти, а саме студентська молодь. Досліджуючи студентську молодь як потенційну економічну еліту суспільства, О. Скориніна-Погребна визначає студентство як «високоосвічену і висококультурну частину суспільства, яка виступає як інноваційний резерв і потенційна еліта суспільства» [15, 84].

Визначаючи студентську молодь, як мобільну, креативну групу, як найбільш активну й динамічну частину суспільства, М. Григор'єва наголошує на важливості їх соціального самопочуття. Дослідниця соціальне самопочуття розглядає як «інтегральну характеристику досягнутого рівня добробуту, що виражається в оцінках реальних параметрів життя; оцінках свого внутрішнього стану, що є результатом рефлексії з приводу власних успіхів і невдач. На думку вченої, саме «інтерес до вивчення соціального самопочуття студентства визначається тим, що модернізаційні процеси вимагають участі в них висококваліфікованих фахівців» [5].

Креативність і творчість є цінністю сучасних освітніх практик. Український філософ В. Баранівський, досліджуючи сучасні ціннісні орієнтації студентської молоді, наголошує на важливості осмислення культурних цінностей. Вчений вважає, що головним інструментом формування духовного світу, культурних орієнтирів та установок студентської молоді є електронні засоби масової інформації, які, на думку науковця, негативно впливають на формування культурних цінностей. Вчений наголошує, що саме «залучення до світу престижних і красивих речей стає самоціллю існування, смислом буття. Культ моди, речей, споживання оволодіває свідомістю молоді і набуває універсального характеру. Класична культура починає втрачати цінність і привабливість, відбувається тотальне викорінення із культурного обігу цілого пласту культури, мистецтва, науки. Народну культуру (традиції, звичаї, обряди, фольклор) більша частина молоді сприймає як анахронізм (непотрібний пережиток)» [3].

Будь-яка педагогічна дія має власну мету, яка формується відповідно до певних пріоритетів. Те, що є цінністю в одній креативній освітній практиці, може не бути такою в іншій. Креативні освітні практики варіативні й активізують розумову діяльність, метою якої є формування здатного для креативного та творчого мислення професіонала.

Отже, освіта та цінності є взаємозумовленими компонентами, а ціннісно орієнтована освітня практика є ключовим товаром нової економіки та важливим двигуном соціокультурної розбудови. Професійне майбутнє студентської молоді цілковито залежить від сформованих під час навчання професійних цінностей. Відсутність культурних цінностей носить руйнівний характер, що зумовлено особистим і професійним зубожінням. Сучасна українська реальність характеризується необхідністю формувати освітній простір з відповідними щодо часу ціннісними орієнтаціями. Насамперед це важливо для формування в студентської молоді як особистої, так і професійної культури, за якими стоїть повага, довіра, толерантність, соціальне партнерство тощо.

Як бачимо із зазначеного вище, питання ролі та змісту освітньої практики в професійному становленні студентської молоді є активно обговорюваним серед науковців. Актуальність досліджень трансформаційних процесів у студентському середовищі є беззаперечною через швидкоплинні глобальні інформаційні, технологічні, економічні та соціокультурні процеси. Студентська молодь – це покоління, яке народжене в епоху цифрової революції та зростає під швидкий розвиток інформаційних технологій. Об’єднані віртуальним товариством, так зване цифрове покоління (Digital Tribe), покоління Z, вирізняється від світу покоління Y та покоління X, чим і породжений певний розрив між цими поколіннями.

Досліджуючи ризики, переваги та засоби взаємодії представників цифрового покоління, Є. Зеленов виділяє одну з базових основ покоління Z. На думку вченого, вона полягає в тому, що «вони створюють й активно користуються дигітальними об'єктами – цифровими версіями реальних об'єктів. Мислення стає не тільки кліповим, але й посилальним, коли інтерес стає польовою функцією і визначається здебільшого зовнішніми маркерами, ніж внутрішніми відчуттями». Акцентує дослідник і на тому, що тривалість уваги в покоління Z скоротилася до 8 секунд. Це викликано швидкоплинними інформаційними процесами, до яких покоління Z досить успішно адаптувалося. У мобільних додатках і мережі «Інтернет» молодь покладається на секції і вкладення, де зібрано найбільш свіжий та популярний контент, який і стає пріоритетом її життєвих потреб [6, 49].

Запитання, як підготувати мотивованих, професійних, зацікавлених молодих спеціалістів, готових до сучасних, нестандартних і непередбачуваних викликів, потребує постійного переосмислення. Усталена вітчизняна освітня система характеризується традиційними методами, якими найлегше навчити і які найпростіше перевірити, виміряти. Освітня статистика роками не змінна і вже втратила свою потенційну актуальність. Автоматизація та оцифрування не є результативними для креативно мислячої студентської молоді.

Креативність освіти, її успіх і перспективність не залежать від стандартизованого запам’ятовування професійних термінів і теорій. Сучасний студент

знаходить необхідне визначення швидко, при цьому не бачить потреби в його запам'ятовуванні. Місія педагога – зорієнтувати студента в практичному застосуванні цього визначення.

На часі для професійного ринку культурно-мистецьких послуг є відповідь на запитання, як ти застосуєш знання і розпорядишся ними? Це головне, чим визначається професійний успіх, і в цьому суть сучасної мистецької освіти. Нині освітні практики розробляють так, щоб ініціювати дієву співпрацю та взаємодію з іншими гравцями професійного ринку. Нові цифрові технології, їх швидкоплинна трансформація змусили світ еволюціонувати в небачених досі темпах, при цьому активна участь молоді в таких процесах призвела до розриву між поколіннями, що позначилось не тільки в побутових, соціокультурних процесах, а й у професійному типі мислення, яке більш зорієнтоване на віртуальну реальність. Віртуалізація власного життя спричинила низку проблем, серед яких і сприйняття освітньої практики дистанційно. Ці та інші питання потребують детального вивчення.

Так, визначаючи пріоритетність побутового віртуального спілкування, представники студентської молоді, акцентують на важливості й перспективності реальної комунікації в професійному освітньому процесі. Комунікація студента з викладачем є пріоритетною для студентської молоді. Цей факт підтверджує соціологічне дослідження «Мистецька освіта в Україні: виклики COVID-19» [10], проведене в межах реалізації проєкту Erasmus+КА2 "Академічна протидія гібридним загрозам – WARN" # 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP", результати дослідження опубліковані на вебсторінці проєкту [1].

Мета дослідження полягала у визначенні стійкості академічних можливостей під час пандемії COVID-19 для стейкхолдерів мистецької освіти.

До соціологічного дослідження долучились 267 респондентів, серед яких: студентська молодь, аспіранти, викладачі закладів освіти (першого, другого, третього рівнів), працівники базової мережі закладів культури культурно-мистецького спрямування різних категорій. Відсоткові показники такі: 16,9 % – учнівська молодь, вік – 14–18 років; 36 % – студентська молодь, 19–22 років; 11,9 % – студенти, аспіранти, випускники закладів освіти культурно-мистецького спрямування, вік – 27–37 років, 18 % – студенти, випускники, викладачі закладів освіти культурно-мистецького спрямування, вік – 38–50 років; 11,5 % – випускники, працівники галузі, викладачі закладів освіти культурно-мистецького спрямування, вік – 51–75 років.

Найбільш активними респондентами були представники таких спеціальностей: 32,8 % – 025 «Музичне мистецтво», 23,9 % – 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», 10 % – 026 «Сценічне мистецтво». У менш значних відсотках представники спеціальностей: 022 «Дизайн», 024 «Хореографія», 021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», 027 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація».

Дослідження складалось із 20 запитань, відповіді на деякі є визначальними для цього опитування. Так, на запитання, чи вважаєте ви, що COVID-19 вплинув на освітній процес у вашому закладі? (262 відповіді), з них: 91,2 % відповіли –

так, 8,8 % – ні, при цьому 80,5 % респондентів вважає, що пандемія COVID-19 негативно вплинула на навчання / роботу, 19,5 % – позитивно.

Респонденти визначили «позитивні» (233 відповіді) і «негативні» (230 відповідей) можливості, які відкрилися під час дистанційного навчання.

Так, до «позитивних» можливостей було віднесено: знайомство із сучасними освітніми онлайн-технологіями, їх опанування; використання дистанційних освітніх практик; поява цікавих навчальних курсів (безкоштовних); наявність вільного часу для саморозвитку; освіта в межах звичного, зручного домашнього простору; ефективне використання власного часу, більше часу на самостійну роботу; вільний доступ до культурно-мистецьких заходів онлайн. Також респонденти зазначили низку соціальних позитивів, серед яких: відсутність потреби користуватися міським транспортом (час, затрачений на шлях до закладу освіти, студенти вважають не раціональним); економія на транспортні й інші соціально-важливі потреби.

Слід наголосити, що більшість респондентів зазначили, що не вбачають у дистанційному освітньому процесі ніякого позитиву. Негативні ж сторони називали такі: відсутність навичок сучасних онлайн-можливостей і систем; потреба в реальній комунікації (викладач – студент, викладач – концертмейстер – студент; роботодавець – студент, студент – група студентів тощо); порушення психіки; відсутність навчальної мотивації; потреба в живому спілкуванні; примітивні (неефективні, неякісні, нецікаві) індивідуальні заняття для студентства виконавських професій (музиканти, хореографи, художники, актори, режисери тощо); відсутність групових практичних завдань; великий відсоток теоретичного матеріалу; низьке технічне забезпечення дистанційного навчання (інтернет, технічні можливості персонального комп’ютера, музичних інструментів, залів тощо).

Не менш цікавими є відповіді на запитання, які технології та інструменти використовує заклад мистецької освіти для дистанційного навчання? 261 відповідь, з них 26,3 % – Google classroom, 22,7 % – ZOOM, інші незначні відсотки розподілилися між системами Moodle, Teems, Skype, Viber. 13,4 % респондентів зазначили, що інформаційні технології не застосували.

Показовими були відповіді щодо використання бібліотечного ресурсу в освітніх практиках під час дистанційного навчання. Так, на запитання, чи є у вашому закладі освіти електрона бібліотека, було отримано 256 відповідей, серед яких: 43,4 % відповіли – так, 56,6 % відповіли – ні. 259 респондентів, на запитання, чи користуєтеся ви безкоштовними онлайн-бібліотеками, відповіді розподілилися так: 52,5 % – так, 47,5 % – ні. На запитання, чи маєте ви доступ до онлайн-курсів інших закладів мистецької освіти, 257 респондентів відповіли так – 42 %, ні – 58 %.

У контексті дослідження було отримано відповіді на запитання, пов’язані із зовнішнім і внутрішнім партнерством у студентському самоврядуванні. Так, на запитання, у якій формі органи студентського самоврядування, студентські профспілки та організації організовують свою діяльність в умовах пандемії, зі 156 відповідей 80 % зазначили, що такі форми відсутні. На запитання, як Українська асоціація студентів допомагає студентам та закладам вищої освіти

реагувати на нові виклики, із 137 відповідей 97 % зазначило, що з такими заходами не знайомі.

Для визначення ціннісних пріоритетів студентської молоді 186 респондентів відповіли на запитання, які цінності має пропагувати культура та мистецтво в умовах пандемії. Представники студентської молоді пріоритетними визначили: культурний, духовний розвиток; адекватність і гуманність; реальну комунікацію; повага і взаєморозуміння; особистісна та суспільна безпека; всебічний розвиток; патріотизм; рівність; відповідальність і терпіння; національні та родинні цінності; милосердя; вдячність; розсудливість; повага один до одного; віра; людяність; людське життя; добробут і терпіння; здоровий спосіб життя тощо.

На запитання, які культурні практики ви вважаєте ефективними під час адаптації до умов, викликаних COVID-19, серед 156 респондентів пріоритетними було визначено: культурно-освітні, дозвіллєві, музичні, розважальні, рекреаційні, оздоровчі, сімейні, артпрактики; туристичні практики (онлайн); психологічні тренінги; медитація; онлайн-конкурси та концерти; практики зовнішнього та внутрішнього самовдосконалення; віртуальні екскурсії світового і локального характеру тощо [1].

Результати соціологічного дослідження дозволили констатувати, що більшість зі студентської молоді, незважаючи на особисту віртуальну активність, не була готова до споживання освітніх практик дистанційно. Позитивним, на переважну думку студентства, є знайомство із сучасними освітніми онлайн-технологіями і системами; раціональне використання матеріальних ресурсів (відмова від транспорту) та особистого часу (збільшення вільного часу). Майже одностайною була позиція студентства щодо негативних наслідків, які, на думку останніх, спричинили нестачу реальної професійної комунікації, низьку якість або повну відсутність індивідуальних освітніх послуг. Низьким є відсоток використання сучасних освітніх інтернет-платформ, що також спричинило суттєве зниження якості освітньої послуги. Бібліотечні платформи не відповідають сучасному дистанційному виклику, мінімізується популяризація ролі і значення бібліотеки в освітньому процесі. На увагу заслуговує відповідь щодо зовнішнього та внутрішнього студентського партнерства. Більшість заходів носять формалізований характер і мінімізовану участь студентської громади. При цьому соціологічне дослідження доводить відсутність у студентської молоді практичних навичок для ефективного наповнення вільного часу різноманітними видами культурних, креативних, творчих практик.

Визначальним є розуміння студентською молоддю ціннісних пріоритетів культури і мистецтва в умовах російсько-української війни, де цінності виступають як важливою для становлення і розвитку соціально-відповідального громадянина категорією, так і засобом для виявлення, протистояння та подолання гібридним викликам.

Отже, ціннісний дискурс креативності в освітніх практиках є пріоритетним напрямом для теоретико-практичного осмислення. Адже такі виклики, як російсько-українська війна, гібридні виклики та загрози, COVID спричиняють беззаперечне переосмислення змісту, форми і видів освітніх практик.

Ціннісна трансформація освіти, її креативна доцільність та ефективність залежать від аргументованої позиції і розуміння всіх учасників освітнього процесу.

## 1.3. Інтенції освітніх практик у процесах формування професійних компетентностей

Взаємозумовленість сучасних компетенцій та освітніх практик стала основою концепції, навколо якої активно дискутують науковці, наголошуючи на глобальній віртуальній професійній зв'язковості.

Так, досліджуючи концепцію «чотиривимірної освіти» та визначаючи її пріоритетність, Ч. Фадель, М. Бялик і Б. Триллінг наголошують на більшості професійних завдань, які можна вирішити дистанційно, незалежно від місця знаходження виконавця і замовника. Рик Миллер, президент Olin College of Engineering, зазначає, що в цьому питанні «чотиривимірна освіта» пропонує переконливе бачення трансформації освіти. У глобальній економіці, рухомої інноваціями, пріоритетним та очевидним є успіх, і залежить він від зміни системи освіти» [21, 18]. При цьому, осмислюючи перспективність «чотиривимірної освіти», науковці наголошують на пріоритетності її двох головних чинників, що визначають відмінність між так званими рутинними й творчими професіями, а саме: необхідність особистої участі, що обмежує можливість віддаленої роботи, та нестандартність завдань, що визначає межі автоматизації. Так, творчі професії неможливо автоматизувати та важко виконати дистанційно» [21, 52–53].

У своїй роботі «Чотиривимірна освіта: компетенції, необхідні для успіху» автори аргументують головний принцип ефективної освіти як «дію, яка націлена на успіх майбутніх молодих професіоналів, і залежить цей успіх від вчасного переорієнтування з рутинних безособових завдань на більш складні, особистісні, творчі завдання, які тільки людина здатна вирішувати найкращим чином. Технологічний прогрес спричинив зростання потреби спеціалістів, які здатні найкращим чином вирішувати творчі та соціальні завдання, вирішення яких вимагають реальної міжособистісної комунікації. Ключовими якостями, необхідними, на думку авторів, для життя в сучасному світі, є Mindfulness, Curiosity, Courage, Resilience, Ethics, Leadership» [21].

Важливим для креативної трансформації освітніх практик є і взаєморозуміння та співпраця між різними поколіннями. Теорія поколінь, їх соціальні, культурні та професійні особливості є актуальною темою для досліджень, так як покоління X, Y, Z неможливо розглядати під об'єднувальним кутом, вони різняться своїм світосприйняттям, традиціями, потребами й бажаннями, професійними компетентностями тощо.

Традиційно устаткованою є позиція педагогічної спільноти покоління X, які впевненні в правдивості і незмінності запропонованої для студентської молоді лекційних матеріалів. Більшість вважає, що їх вчення має залишатися для студентів істиною останньої інстанції. Але таке ствердження себе не виправдовує через стрімкі професійні перетворення. Потрібна активна переорієнтація педагога на сучасні освітні практики, які дають змогу підготувати не тільки

спеціаліста з набором необхідних знань і навичок, а й конкурентоспроможного фахівця із сучасними, відповідними до XXI століття професійними й соціокультурними компетентностями.

Актуальності набуває проблема підготовки менеджера креативних індустрій, високопрофесійного виконавця, митця, який здатний зберегти, створити, впровадити, популяризувати унікальну культурну, мистецьку практику як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку. Культурну / мистецьку практику ми визначаємо як одну з предметно-практичних діяльностей людини, пов'язану зі створенням або поширенням культурних продуктів та зумовлену сферою смислів соціокультурного буття й індивідуального життя людини, репрезентовану та реалізовану в межах доступного їй, персоналізованого ціннісно-смислового горизонту. Культурна / мистецька практика як головний професійний інструмент суб'єктів культурно-мистецької розбудови потребує креативних та інноваційних підходів до її життєдіяльності, що й актуалізує питання зміни освітніх пріоритетів для галузі.

Глобальний розвиток цифрової інфраструктури забезпечив стрімке поширення культурних, мистецьких продуктів масового споживання, надавши їм безціннісного змісту. Такі процеси відчутно вплинули й на культурно-мистецьку сферу, коли віртуальний культурний продукт, культурна практика набирають обертів глобального споживання, формуючи при цьому відповідні смаки та настрої.

Науковці актуалізують питання так званого «культурного хаосу», нових форм культурних, мистецьких практик, спричинених глобальною культурною віртуалізацією. Такі проблеми досить відчутні й у процесі підготовки фахівців для сфери культури і мистецтв. Ці та інші питання актуалізували проблему трансформації освітніх програм.

Трансформаційні перспективи освітніх практик у підготовці фахівця для культури та мистецтв набувають неабияких обертів, і це викликано активним розвитком креативного сектору в галузі культури.

Креативні індустрії в культурі набули правового статусу в Законі України «Про культуру», відповідно до якого «креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та / або креативне вираження» [11].

Визнання креативних індустрій в Україні як важливого виду економічної діяльності дало змогу переосмислити відповідно до цього професії у сфері культури і мистецтв. Так, до основних видів економічної діяльності в креативних індустріях віднесено: народні художні промисли, різні види візуального мистецтва, сценічне мистецтво, літературу, діяльність ЗМІ, аудіовізуальне мистецтво, дизайн, моду, архітектуру й урбаністику, рекламу, бібліотечну, архівну, музейну справу тощо.

Креативність як важлива компонента освітньої практики в підготовці фахівця для сфери культури та мистецтв знайшла відображення в стандартах вищої освіти. Так, у стандартах вищої освіти першого (бакалаврського), другого (магістерського) рівнів галузі знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» цілі навчання визначено як набуття навичок наукової, методичної, консультативної, інноваційної та *креативної*

*науково-проєктувальної діяльності* в соціокультурній сфері (державною та іноземною мовами); сформувати науково, інноваційно обґрунтовані підходи до організації та управління внутрішніми й зовнішніми соціокультурними процесами.

Креативність є частиною теоретичний змісту предметної галузі, до яких віднесено: сучасні соціокультурні процеси; історична ретроспектива соціокультурної діяльності; управлінська, інноваційна, *креативна діяльність* у соціокультурній сфері; принципи, методи, технології, форми та засоби функціонування соціокультурної сфери; проєктні соціокультурні стратегії.

Знайшла своє вираження креативність й у визначенні компетентностей та результатів навчання, а саме: загальна компетентність № 3 – здатність генерувати нові ідеї (креативність); спеціальна компетентність № 8 – здатність застосовувати креативні технології на практиці; результат навчання № 8 – використання «моделі 4к» для розв'язання завдань і прийняття рішень, ведення переговорів і наукових дискусій у сфері менеджменту соціокультурної діяльності [17]; результат навчання № 11 – виявлення, генерування і впровадження креативних ідей у професійну діяльність [16].

Тематика креативності представлена у вимогах до кваліфікаційних робіт. Остання повинна містити розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в соціокультурній сфері, у сфері освіти та науки, креативної економіки і культуротворчих практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і характеризується комплексністю та невизначеністю умов [16].

Всі зазначені вище виклики актуалізували питання з переосмислення підготовки кадрів для сфери культури і мистецтв і відповідно цілей та змісту освітніх програм, практик й авторських педагогічних методик.

Слід наголосити, що більшість працівників культури не були готові працювати в умовах переходу до новітніх технологій і запропонованих креативних економічних умов. Такі висновки були зроблено ще у 2019 році в межах питань реформування мистецької освіти під час проведення Міністерством культури, молоді та спорту України регіональних стратегічних сесій, зокрема проведення всеукраїнського туру «Мистецька освіта майбутнього», мета якого полягала у встановленні конструктивного діалогу та порозуміння. Проведена акція дозволила об'єднати думки всіх зацікавлених стейкхолдерів мистецької освіти, виявити основні прогалини й перспективні освітні практики. Учасники акції були одностайні в питаннях нагальної потреби та скоординованих зусиль щодо осучаснення освітнього процесу, створення програм професійного розвитку для різноманітних соціально-вікових категорій – від дитячої, підліткової, студентської молоді до зацікавлених у професійному зростанні працівників галузі культури. Освітні трансформації в мистецькій освіти набирають обертів й у 2024 році, зокрема переосмислення галузей та спеціальностей, що викликало багато непорозумінь серед стейкхолдерів культуро-мистецької сектору.

Отже, інтенції освітніх практик у процесах формування професійних компетентностей взаємозалежні від різних трансформаційних викликів та проявів. Слід наголосити, що успішність освітньої трансформації в мистецький освіті має відбуватися з дотриманням демократичних цінностей.

## 1.4. Демократизація освітнього процесу: креативні виклики для мистецької освіти

До основних принципів демократизації освітнього процесу відносимо партнерство та співпрацю між усіма стейкходерами. Партнерство розглядаємо як певну систему освітніх методів і прийомів, які засновані на засадах рівності, творчого підходу, довіри тощо. Основу партнерства становлять діалог, взаємодія та співпраця всіх учасників-споживачів освітньої практики. Партнерські відносини є добровільними, вони об'єднані спільними цілями та прагненнями вести відкритий діалог і досягати визначальних професійних результатів. Саме здатність створювати і супроводжувати соціокультурне партнерство є відмінною спеціальною компетентністю сучасного працівника культури. Результатом навчання є ефективне задоволення різноманітних культурних, духовних і рекреаційних потреб людини.

Важливим принципом демократизації є рівність прав і свобод усіх учасників освітнього процесу. Учасники освітнього процесу повинні розуміти права та свободи всіх суб'єктів і дотримуватися їх, створюючи всі непорушні для цього права умови. Права та свободи, обов'язки всіх учасників мають бути чітко регламентовані, легітимовані й однозначно зрозумілі. Усвідомлення учасниками освітнього процесу всієї глибини відповідальності за байдуже, неуважне ставлення до індивідуальних, професійних потреб, інтересів інших призводить до втрати ефективності результату освітньої практики. Відповідальність є рівноправною. Освітній процес, у якому панує низька педагогічна культура, є небезпечним, оскільки в ньому домінує тенденція до професійного нігілізму та саморуйнування.

Відкритість, довіра й толерантність як принципи демократизації освітнього процесу, набирають обертів. Наголосимо на визначальній місії відкритості, довіри й толерантності в забезпеченні освітніх потреб студентської молоді, оскільки саме студент як учасник освітнього процесу, з розумінням своїх прав та обов'язків, свободою та бажаннями, потребує відповідного ставлення. Дотримання зазначеного вище принципу є запорукою якісного набуття професійних компетентностей.

Освітня практика передбачає взаємодію між представниками різних етнічних, національних, релігійних спільнот, між якими виникає міжкультурний діалог і який ґрунтується на індивідуальних цінностях. Для майбутнього працівника культури здатність розуміти, чути, прислухатися, відчувати й усвідомлювати почуття та емоції іншої людини є професійно орієнтованою компетентністю, яка має формуватися на всіх рівнях освітнього процесу.

Відкритість, довіра й толерантність буквально означають терпимість; вони визнають право на існування інших культур. Різні трактування цих понять об'єднує думка про їх позитивний плив на збереження, розвиток, шанобливе ставлення до культурної ідентичності. У такому контексті відкритість, довіра й толерантність є важливими компонентами при визначенні пріоритетів національних інтересів; збереженні та розвитку культурного потенціалу нації; миротворчої спрямованості міжнародного культурного співробітництва. Адже шанобливе ставлення до представників інших культур актуалізується в процесі інтеграції української культури в європейський цивілізаційний простір. Міжкультурна

взаємодія сприяє збагаченню духовних цінностей, зростанню інтересу до інших культурних традицій. Реалії сьогодення свідчать, що нові освітні інформаційні системи, розширюють можливості для міжкультурної комунікації студентської молоді, де компетенції soft skills набувають неабиякої актуальності.

Наголосимо ще на таких важливих принципах демократизації освітнього процесу, як: альтернативність, диференціація та індивідуалізація, які в мистецькій освіті є також пріоритетними. Для творчої студентської молоді освітня практика розглядається як поліфонія, у якій особиста думка, її альтернативність, є частиною загального освітнього процесу і має самостійний виконавчий та професійний розвиток. Поліфонію як важливу компоненту осучаснення освітньої практики студентська молодь сприймає як потужний шанс для творчого, мистецького самовираження і розвитку, як потужний елемент альтернативної демократизації творчих процесів.

Зазначені принципи демократизації мистецької освіти потребують визначення ефективних шляхів для її трансформації. Одним з найважливіших шляхів є оновлення методичних практик в освіті, які є важливими елементами ефективного функціонування сучасного закладу освіти. Дієві методичні практики дозволяють спланувати й активно впроваджувати нові форми роботи, вирішувати професійні завдання на основі креативного й творчого підходів. Такий підхід є, безперечно, актуальним для набуття професійних компетентностей, оскільки актуалізує минуле, позиціонує сьогодення і прогнозує майбутнє.

До основних методичних практик можна віднести:

– перспективне та поточне планування роботи закладу освіти;

– створення авторських методичних рекомендацій, комплексів для ефективної трансформації освітнього процесу;

– організація Lifelong learning; забезпечення методичними і творчими матеріалами, консультаціями тощо.

Розглядаючи методичні практики як ефективний засіб трансформації освітніх послуг, акцентуємо на їх культуротворчому потенціалі, що дає змогу осмислювати креативну культурно-мистецьку послугу на перспективу. Вдало розроблена та впроваджена методична практика дасть можливість створити ефективну освітню послугу, з потужним соціокультурним ефектом, що є на сьогодні вкрай перспективним для студентської молоді.

Потенціал методичної практики в освіті є незаперечним, дослідження якого дозволить осмислити споживчу цінність освітньої послуги, що відповідала б потребам студентської молоді, її професійного ставлення до обраного фаху.

Хибною є думка, що методичний підхід в освіті призупиняє креативну трансформацію освітньої практики. Креативність не є хаотичним процесом, вона має логічні кроки для впровадження відповідних методик, технік і стратегій.

Найбільш популярними серед студентської молоді мистецьких професій є: латеральне, конвергентне, дивергенте мислення, ментальні карти, інтелектуальна гра, фрирайтинг, тимбілдинг, хепенінг, скетчноутинг, брейнсторм, метод Дельфи, синтетика, морфологічний аналіз, методика SCAMPER, метод контрасту, метод фокальних контрастів, метод айкідо, методи тестування креативності, метод

індивідуального портрета, техніки креативних поведінкових диспозицій, метод креативних досягнень тощо.

Виділимо критерії оцінки креативності освітньої практики для студентської молоді: оригінальність, реалістичність, легкість, доступність, зрозумілість, тривалість, соціокультурна ефективність та ін.

Так, будь-яка креативна освітня практика створюється для вирішення конкретної проблеми. Наприклад, професійно спланована методична практика з розумової діяльності дозволяє винайти й застосувати авторській підхід, персоналізовано-інтелектуальний, креативний і творчий спосіб, трансформувавши його в колективну діяльність для всіх учасників освітнього процесу. Такий підхід дає можливість оптимально використати різноманітні можливості креативних інформаційних, комунікативних, мистецьких технологій.

Креативність у системі освіти засвідчує якісно новий етап взаємодії і розвитку педагогічної, творчості та студентської ініціативи. Ключовим аспектом у такому процесі є ліквідація розриву між процесами створення креативних педагогічних новацій і процесами їх сприйняття, реального оцінювання, освоєння та застосування результатів. Принципи креативності в освіті дозволяють визначати й призупиняти недоречні суперечності, свідомо управляти ними та миттєво змінювати їх. У межах освітньої креативності формується відповідний термінологічний апарат, до якого входять такі поняття, як: креативність, креативний дискурс, креативний потенціал, креативний ресурс, креативне середовище, креативна перспектива тощо.

При цьому наголошуємо, що при проєктуванні креативної освітньої практики важливо не знайти принципово новий шлях вирішення проблеми, а обрати правильне рішення.

Відтак сучасний світ, його швидкоплинність диктують розробку і впровадження таких освітніх практик, які б відповідали ринковим професійним вимогам і часу. Зміни в освітньому процесі мають бути виваженими й обґрунтованими. Набуття професійних компетентностей для фахівців у сфері культури і мистецтв має містити трансформаційні елементи, але при цьому не має втрачати й національні освітні традиції, які дозволяли тривалий час готувати унікальних виконавців у різних видах мистецтва.

Креативна освітня практика сьогодні є обов’язковою компонентою професійного становлення молоді, впровадження якої дасть змогу уникнути утилітарності освітнього процесу. Креативна освітня практика постає як цілеспрямована, усвідомлена всіма учасниками освітнього процесу діяльність, яка може носити як індивідуальний, так і груповий характер. Креативна освітня практика спрямована на інтелектуальні перетворення суб’єктів освітнього процесу.

На якість креативної освітньої практики впливає безліч суб’єктивних факторів, серед яких: рівень освіченості, соціальне положення, розвинуте творче мислення тощо. Теоретичне осмислення таких факторів дозволяє підвищити якість освітньої послуги, трансформувати її з урахуванням сучасних професійних тенденції, тим самим підвищити її результативність.

Типологія побудови креативної освітньої практики, в її теоретичній і практичній траєкторії, передбачає створення моделі, у якій будуть логічно вибудувані

системопов'яані освітні компоненти, з чітко визначеними цілями та прогнозованими результатами.

Потребує переосмислення і система оцінювання результатів креативної освітньої практики: вона має бути логічно обґрунтована, з урахуванням індивідуальної активності, професійної аргументації студентів. Правильно визначена система оцінювання креативності дасть змогу створити атмосферу відкритої креативної творчості, здорової конкуренції в студентському освітньому середовищі.

Креативні освітні практики мають враховувати специфіку галузі культури та мистецтв і відповідно бути орієнтованими на її всебічний розвиток. Традиційна освітня система, з її майже незмінною організаційною структурою, потребує гнучкої модернізації, яка б врахувала потреби всіх учасників освітнього процесу. Важливо усвідомити логічно виправданий симбіоз традицій та інновацій, що дозволить зберегти або ефективно трансформувати найкращі освітні практики, забезпечивши в подальшому студентській молоді конкурентні робочі місця.

Зміни потребує підготовка працівників культури, професійних творчих працівників на предмет впровадження креативного управлінського професіоналізму, уміння критично мислити, конструктивно комунікувати, приймати рішення колективно. Креативні новації в мистецькій освіті мають носити зважений характер, оскільки ця сфера людського буття потребує особливої уваги і є вкрай вразливою на різкі глобальні зміни. Перед закладами освіти, які готують фахівців для сфери культури і мистецтв, постає низка стратегічних завдань, які пов'язані з адекватним ребрендингом освітньої послуги.

Креативна освітня практика у своїй перспективі має орієнтуватися на концепцію генеративного навчання, яке націлене на вміння створити принципово новий культурно-мистецький товар або послугу. Впровадження такого типу освітньої практики в навчальний процес зумовлює ідею професійної трансформації. Визначення та об'єктивне осмислення якісних і кількісних показників конкретної освітньої практики дозволить сформувати конкурентоспроможну освітню програму, засновану на принципах демократизації освіти.

Особливого значення трансформація професійних компетентностей набуває під час війни, коли багатополярність освітніх практик стає важливим засобом подолання негативних тенденцій, гібридних загроз. Впровадження в освітній процес таких освітніх практик, які здатні поглибити знання з питань гібридних впливів, є на часі. Проблема так званого міксованого світосприйняття дозволяє студентській молоді зануритися у світ жорстоких інформаційних потоків і віртуальних можливостей.

## 1.5. Креативність як спеціальна компетентність у системі подолання гібридних конфліктів

Українське буття в умовах війни актуалізувало значну кількість питань, які потребують детального наукового осмислення. Саме тому ми акцентуємо на важливості вивчення феномену гібридних конфліктів, а саме ролі та значення освітніх практик у процесах їх вирішення і подолання.

Трансформація гібридних конфліктів спонукає світову наукову спільноту подивитися на ці процеси по-новому, що зумовило потребу переосмислити підхід до визначення ключових понять та їх змісту.

Для розкриття порушеного питання маємо наголосити, що осмислення симбіозу таких понять, як освітні практики, спеціальна компетентність та гібридні конфлікти не є активно обговорюваними серед української наукової спільноти. Вивчення феномену зазначених понять характеризується міждисциплінарним підходом, строкатістю розкриття змісту.

Так, поняття «гідридні конфлікти» розглядають як «конфлікти між країнами, здебільшого поза законодавчим рівнем збройного конфлікту, з інтегрованим використанням цивільних і військових засобів та акторів з метою досягнення певних стратегічних цілей» [20].

Українські вчені, досліджуючи зміст гібридних конфліктів, акцентують на їх стрімкій трансформації, наголошуючи при цьому, що «загальна суть змін зводиться до посилення впливу на підготовку, хід і результат гібридного конфлікту як військової, так й іррегулярної складової контингенту, широке використання високоточної зброї, активного залучення потенціалу цивільних компонентів, супроводження конфлікту потужним інформаційно-психологічним впливом» [7, 18].

Розмірковуючи про природу сучасних гібридних конфліктів, український дослідник Т. Андрієвський також виокремлює одну з ключових ознак гібридного конфлікту – «прихованість (латентність), бажання агресора непрямими діями досягти власної мети, використовуючи різних посередників для того, щоб уникнути відповідальності» [2, 8].

Прихованість як одна з ознак гібридного конфлікту дозволяє науковцям звертатися до теми ролі та значення культури в гібридних конфліктах. Цікавими є міркування щодо культурних конфліктів українського філософа Євгена Бистрицького. Вчений активно відстоює значення локального в сучасній конфліктології, визначаючи при цьому локальний конфлікт як «зіткнення локальних форм життя, особливих культурних світів, конфлікт ідентичностей. Саме культурні традиції (локальні форми життя, «життєві світи»), на думку вченого, чинять важко фіксований опір, незримо зберігаючи ідентичність у різних тоталітарних практиках культурного переслідування і швидко відроджуючись за сприятливих умов» [4, 108].

Освітні практики є одним з дієвих засобів сучасних гібридних конфліктів. Актуальним вбачаємо теоретичне осмислення ролі й значення освітніх практик як дієвого джерела трансформації людських відносин на всіх рівнях.

Детальне вивчення перспективності освітніх практик для вирішення гібридних конфліктів має порушити питання забезпечення культурних прав і свобод людини; встановлення і розвитку соціокультурного партнерства, культурного діалогу; підготовки професійно орієнтованих акторів, які володіють відповідними компетентностями для протидії гібридним конфліктам на глобальному, глокальному і локальному рівнях. Активні дослідження зазначених питань дозволять розмежувати характерні риси для звичайних і гібридних загроз, які є для більшості незрозумілими, а також вибудувати оптимально-дієві механізми їх подолання.

Місії освіти і культури тут беззаперечні. Для вирішення окреслених проблем, у межах реалізації проєкту "Академічна протидія гібридним загрозам – WARN" # 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP" [1] оновлюють контент уже наявних освітніх програм і розробляють нові, тематика яких дасть змогу поширити серед здобувачів знання щодо цивільної оборони проти гібридних загроз. Опанування здобувачами освітніх практик, спрямованих на розуміння засобів подолання гібридних викликів, дозволить у майбутньому протидіяти цим процесам, діяти професійно та відповідально в екстремальних ситуаціях, на кшталт гібридних загроз. Інноваційна місія проєкту полягає у створенні дієвих освітніх практик, які дозволять здобути здобувачам, не порушуючи предметно орієнтованого професійного знання, унікальну цивільну компетентність, а саме – вміння розпізнавати, оцінювати гібридні загрози й адаптувати професійні ситуації до нових гібридних викликів. Поставлені завдання потребують оригінального, креативного підходу до визначення типології освітніх практик, розуміння їх потенціалу, ресурсного забезпечення та ефективного впровадження.

Практичного значення набувають результати проєкту «Академічна протидія гібридним загрозам – WARN», а саме видані колективом проєкту: «Глосарій з гібридних загроз» [19], практичний посібник «Методика навчання в умовах гібридних загроз» [9] та статті учасників проєкту [8].

Отже, дослідивши окреслену проблему, констатуємо, що учасники освітнього процесу розглядають креативність як необхідну професійну компетентність, яка дозволяє вирішити поставлені завдання аргументовано, творчо, відповідально і якісно. Креативна освітня практика – це мотиваційний набір спеціальних елементів, на основі яких і здійснюється професійний вибір. Під впливом професійних педагогічних мотиваційних складників відбувається набуття спеціальних компетенцій, здатних визначити, упередити та подолати гібридні загрози.

Світовий досвід довів, що застосування креативного підходу в освітніх практиках приводять до професійних успіхів.

***Список використаних джерел***

1. Академічна протидія гібридним загрозам – WARN 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP : проєкт. URL: https://warn-erasmus.eu/ua/project-overview/ (дата звернення: 15.04.24).

2. Андрієвський Т. Г. Гібридна війна як специфічний тип гібридного конфлікту. *Сучасне суспільство.* 2016. Вип. 2. С. 5–14.

3. Баранівський В. Ф. Ціннісні орієнтації студентської молоді та їх роль в консолідації українського суспільства. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. *Філософія*. 2014. Вип. 43. С. 39–52.

4. Бистрицький Є. Конфлікт культур і методологія толерантності. *Філософська думка.* 2011. № 4. С. 102–118. URL: journal.philosophy.ua (дата звернення: 23.03.2024).

5. Григор'єва М. О. Суб'єктивна задоволеність життям студентської молоді: підходи до оцінки. *Вісник Приазовського державного технічного університету* : зб. наук. праць. 2018. Вип. 1. С. 25–30.

6. Зеленов Є. А. Цифрове покоління: ризики, переваги, засоби взаємодії. *Духовність особистості: методологія, теорія, практика* : зб. наук. пр. Сєвєродонецьк : Вид-во СНУ ім. Володимира Даля, 2018. Вип. 5 (86). С. 46–57.

7. Іващенко А. М., Шпура М. І. Еволюція поглядів на стратегію сучасного гібридного конфлікту та сценарії протидії гібридним загрозам. *Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняховського*. 2015. № 1. С. 18–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpcvsd_2015_1_5 (дата звернення: 15.03.2024).

8. Копієвська О. Р., Вєдєнєєв Д. В. Гібридні загрози як об'єкт освітніх практик у культурно-мистецькій сфері України (за досвідом реалізації проєкту Erasmus+ «Академічна протидія гібридним загрозам – #WARN» 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP»). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 2. С. 3–11.

9. Методика навчання в умовах гібридних загроз : посібник / Е. Балашов, М. Білоконь, Т. Борозенцева, М. Головянко, С. Гришко, Т. Жовтенко та ін. Харків, 2023. 84 с. URL: https://sciencebookgroup.org/catalog/view/338/533/2228 (дата звернення: 23.03.2024).

10. Мистецька освіта в Україні: виклики COVID-19. URL: https://docs.google.com/forms/d/1fHrRhM8_AJShqv-9CgyovmZZqh66W2FfTT25rtLgC5o/edit?usp=sharing (дата звернення: 23.03.2024).

11. Про культуру : Закон України. Із змінами від 10.06.2023 № 3152-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text (дата звернення: 19.03.2024).

12. Про освіту : Закон України. Із змінами від 08.12.2023 № 3505-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text (дата звернення : 19.03.2024).

13. Робінсон К. Освіта проти таланту. Сила творчості /пер. з анг. Г. Левів. Львів: Літопис, 2017. 256 с.

14. Рудіна О. Педагогічний дискурс освітньої практики. *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Педагогічні науки*. 2010. № 22 (209), ч. 2. С. 25–26.

15. Скориніна-Погребна О. В. Студентська молодь як потенційна економічна еліта суспільства. *Український соціум*. 2010. № 1. С. 83–90.

16. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 № 870. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/06/25/028-menedzhment-sotsiokulturnoi-diyalnosti-bakalavr.pdf (дата звернення: 20.03.2024).

17. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» другого (магістерського) рівня вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 08.01.2020 № 14. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2020/01/10/2020-028-menedzhment-sotsiokulturnoi-diyalnosti-magistr.pdf (дата звернення : 20.03.2024).

18. Ярошинська О. Креативність як провідний принцип побудови освітнього середовища у вищому навчальному закладі. *Проблеми підготовки сучасного вчителя.* 2010. № 1. С. 113–119. URL: http://library.udpu.org.ua/library_files/probl_sych_vchutela/2010/1/visnuk_16.pdfc.115-116 (дата звернення: 23.03.2024).

19. Glossary Hybrid Threats / Глосарій з гібридних загроз / упоряд. С. В. Гришко та ін.; за заг. ред. С. В. Гришко. 2021. 113 с. URL: https://openarchive.nure.ua/handle/document/16258 (дата звернення: 15.04.2024).

20. Torossian B., Fagliano L., Görder T. Hybrid Conflict. Neither war, nor peace. URL: https://www.hcss.nl/pub/2019/strategic-monitor-2019-2020/hybrid-conflict/ (дата звернення: 23.03.2024).

21. Fadel Ch., Bialik M., Trilling B. Four-Dimensional Education: Competencies Needed for Success. URL: https://www.researchgate.net/publication/327730206_Four-Dimensional_Educationf_or_Sustainable_Societies (дата звернення: 23.03.2024).

***Цитування розділу 1:*** Копієвська О. Р. Креативність як професійна компетентність в умовах культурно-мистецьких трансформацій. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 7–24.

## Розділ 2

# ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В МЕЖАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

### 2.1. Аналіз євроінтеграційного розвитку України

Євроінтеграційний вектор розвитку України є історично складним, але послідовним, свідомим та незворотним. Самоідентифікація України як європейської держави була задекларована 5 грудня 1991 р. у Зверненні Верховної Ради України «До парламентів і народів світу» у зв'язку з підтвердженням на референдумі Акта проголошення незалежності України. Співробітництво з ЄС і набуття в перспективі членства в ньому як генеральна мета нашої держави отримали законодавче закріплення в постанові Верховної Ради України «Про основні напрями зовнішньої політики України» від 02.07.1993. У цій постанові зазначалося, що перспективною метою української зовнішньої політики є членство України в європейських співтовариствах. Україна задля підтримання стабільних відносин з європейськими співтовариствами уклала з ними Угоду про партнерство і співробітництво, здійснення якої стало першим етапом просування до асоційованого, а згодом – до повного її членства в цій організації.

Очевидно, що основним завданням України, яке вона сповідує в часопросторі, є повернення до європейського цивілізаційного простору, від якого вона відійшла через історичні події XVII ст. (Переяславська рада та укладення Березневих статей). Специфічне геополітичне положення та історія тривкого співробітництва з європейськими країнами зумовлюють зацікавлення України в активній участі в інтеграційних процесах на європейському континенті.

Зазначимо, що у 2009 році Європейський Союз оголосив про створення ініціативи «Східне партнерство», основна мета якої полягала в зближенні із шістьма країнами. Окрім України, до цієї платформи увійшли також Азербайджан, Білорусь, Вірменія, Грузія і Молдова. Мета «Східного партнерства», вочевидь, не обмежувалася лише економічною інтеграцією і проведенням реформ у цих країнах, а й сприяла політичному зближенню країн Східної Європи з ЄС. Суть такого партнерства полягала також у фінансовій допомозі ЄС у проведенні необхідних економічних і політичних реформ, які згодом мали призвести до підписання Угоди про асоціацію з ЄС.

Для України рух у напрямі європейської інтеграції – це питання ефективності її включення в систему розподілу функцій у сучасних світових економічних і політичних системах. Активізація євроінтеграційних процесів, яку ми спостерігаємо сьогодні, означає більш інтенсивне включення України в міжнародну співпрацю щодо врегулювання конфліктів і протидії новітнім гібридним загрозам.

Таке усвідомлення та історична незворотність призвели до появи Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, яку часто називають дороговказом не лише для зовнішньої орієнтації країни, але й для внутрішніх реформ в Україні.

Історія підписання документа розпочалася з 2007 року з моменту переговорів між Україною та Європейським Союзом щодо укладення нової посиленої

угоди. Ця нова угода мала на меті передусім замінити Угоду про партнерство та співробітництво.

Із початку переговорів, тобто протягом 2007–2012 років, відбувся 21 раунд переговорів щодо Угоди про асоціацію та 18 раундів переговорів щодо розділу Угоди про створення поглибленої та всеохопної зони вільної торгівлі.

На Саміті Україна – ЄС, що відбувся 19 грудня 2011 року, оголошено про завершення переговорів щодо Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Угода стала масштабнішою порівняно з аналогічними угодами, що раніше ЄС уклав з іншими країнами Центральної та Східної Європи.

Парафування Угоди про асоціацію на рівні глав переговорних делегацій відбулося 30 березня 2012 року, а розділ Угоди про створення зони вільної торгівлі був парафований 19 липня 2012 року.

Рішення рекомендувати Раді ЄС підписати Угоду й дозволити її тимчасове застосування до ратифікації всіма державами-членами ЄС Колегія Європейської комісії ухвалила 15 травня 2013 року.

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС відбулося у два етапи. Політичну частину Угоди було підписано 21 березня 2014 року, під час Позачергового саміту Україна – ЄС.

На тому ж Саміті Українська Сторона заявила, що зобов'язання України, які випливають зі статті 8 Угоди про асоціацію стосовно ратифікації Римського статуту Міжнародного кримінального суду 1998 року, будуть виконані після внесення відповідних змін до Конституції України.

27 червня 2014 року під час засідання Ради ЄС Президент України Петро Порошенко, керівництво Європейського Союзу і глави держав та урядів 28 держав-членів ЄС підписали економічну частину Угоди – Розділи III «Юстиція, свобода та безпека», IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею», V «Економічне та галузеве співробітництво» та VI «Фінансове співробітництво та положення щодо боротьби із шахрайством», які разом із рештою тексту Угоди становлять єдиний документ.

16 вересня 2014 року Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували Угоду про асоціацію між Україною та ЄС. Українська Сторона передала до депозитарію ратифікаційні грамоти і завершила так усі внутрішньодержавні процедури. Відповідно до статті 486 Угоди з 1 листопада 2014 року здійснювалося її тимчасове застосування до моменту набрання нею чинності.

1 вересня 2017 року після тривалого процесу ратифікації Угода про асоціацію між Україною та ЄС набула чинності в повному обсязі. Цим документом створено асоціацію між учасниками договору задля:

1) сприяння поступовому зближенню сторін, ґрунтуючись на спільних цінностях і тісних привілейованих зв'язках, а також поглиблюючи зв'язок України з політикою ЄС та її участь у програмах та агентствах;

2) забезпечення необхідних меж для посиленого політичного діалогу в усіх сферах, які становлять взаємний інтерес;

3) сприяння, зберігання і зміцнення миру та стабільності в регіональному та міжнародному вимірах відповідно до принципів Статуту ООН і Гельсінського

заключного акта Наради з безпеки та співробітництва в Європі 1975 року, а також цілей Паризької хартії для нової Європи 1990 року;

4) запровадження умов для посилених економічних і торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС, зокрема завдяки створенню поглибленої і всеохопної зони вільної торгівлі, підтримуючи зусилля України стосовно завершення переходу до чинної ринкової економіки, у тому числі шляхом поступової адаптації її законодавства до права ЄС;

5) посилення співробітництва у сфері юстиції, свободи та безпеки з метою забезпечення верховенства права та поваги до прав людини й основоположних свобод;

6) запровадження умов для дедалі тіснішого співробітництва в інших сферах, які становлять взаємний інтерес [6].

Новий етап євроінтеграційних процесів почався в Україні з повномасштабним вторгненням 24 лютого 2022 року. Президент України Володимир Зеленський подав заявку України на членство в ЄС 28 лютого 2022 року. Документ було підготовлено на основі відповідей України на опитувальник Єврокомісії про відповідність України Копенгагенським критеріям членства в ЄС – політичним (демократичні інституції) та економічним (ринкова економіка).

Документ визнає величезну роботу, яку зробила Україна в межах виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема щодо нормативно-правового наближення до актів права ЄС та проведення низки реформ. У думці Єврокомісії також вказано, що уряд України під час війни продемонстрував «дивовижний рівень інституційної сили, цілеспрямованість та спроможність функціонувати».

Євроінтеграційний прогрес України дав змогу Єврокомісії позитивно оцінити заявку держави та рекомендувати Європейській раді 23–24 червня надати Україні офіційний статус кандидата на членство в ЄС. Єврокомісія також визначила низку умов, які Україна має виконати перед початком переговорів про вступ, зокрема щодо боротьби з корупцією, реформування правоохоронного сектору, імплементації антиолігархічного закону та ін.

23 червня 2022 року Європейська рада надала Україні статус кандидата на вступ до Європейського Союзу. 14 грудня 2023 року Європейська рада вирішила розпочати переговори щодо вступу України до Європейського Союзу. Отже, це історичне рішення є справедливим підсумком титанічної роботи, яку Україна провела з 2014 року, виконуючи Угоду про асоціацію та інтегруючись до Європейського Союзу.

Україна отримала статус кандидата на вступ до ЄС, який матеріалізував перспективи приєднання до євроспільноти, сприяв подальшим реформам, став стимулом для влади і громадян країни, позитивним сигналом для європейських та світових інвесторів.

Нині на порядку денному – адаптація національного законодавства до європейського правового простору, поглиблення інтеграції українського бізнесу до ринків ЄС, практичне запровадження «безвізів» у різних сферах, подальша секторальна інтеграція, що сприятиме успішному просуванню України на європейському шляху реалізація базових реформ, передбачених Угодою про асоціацію,

а також виконання пакета рекомендацій Єврокомісії, що є передумовою започаткування переговорів про вступ.

Євроінтеграція України відбувається в умовах широкомасштабної російської інтервенції. Війна, розв'язана країною-агресором, з одного боку, довела готовність українців захищати незалежність своєї країни, європейський шлях її розвитку, об'єднала українську націю і зміцнила громадську підтримку руху до ЄС. А з іншого – активізувала двосторонні процеси євроінтеграції, надала нової якості політиці Брюсселя на українському напрямі, змусила переглянути підходи і пріоритети у сфері безпеки. Водночас війна, під час якої Україна зазнала колосальних людських та фінансово-економічних втрат, вплинула на характер просування до об'єднаної Європи.

Отже, широкомасштабна війна, яка несе загрозу українській державності, змушує суттєво корегувати пріоритети внутрішнього соціально-економічного розвитку й зовнішньої політики загалом, зосереджувати головну увагу та ресурси для опору російській агресії. Це не може не позначатися на динаміці й ефективності просування на європейському напрямі.

По-перше, війна уповільнила темпи соціально-економічного реформування в межах реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС тією чи іншою мірою ускладнила процес імплементації пакета рекомендацій Єврокомісії. Зокрема, ідеться про те, що: а) реалізація деяких напрямів Угоди про асоціацію нині критично ускладнена і має здійснюватися в мирний період; б) загальноєвропейські норми стосовно законодавчого врегулювання окремих внутрішньополітичних процесів мають бути адаптовані до умов воєнного стану та режиму бойових дій.

По-друге, попри низку важливих ініціатив ЄС щодо лібералізації торгівлі з Україною і залучення її до внутрішнього європейського ринку, війна об'єктивно знизила інтерес та активність європейських бізнес-партнерів до розвитку контактів з воюючою країною зі складною внутрішньополітичною ситуацією, яка містить ризики для інвестицій і ведення бізнесу. З іншого боку, і європейський бізнес перебуває у складній ситуації внаслідок проблем, про які йшлося вище.

По-третє, війна перетворила Україну на довгострокового реципієнта міжнародної донорської допомоги. За оцінками експертів, іноземні фінансові надходження покривають приблизно третину витрат бюджету України. Така тенденція зберігатиметься і наступного року.

По-четверте, через російську експансію і тривалу війну українська сторона має зосереджувати величезні політико-дипломатичні, фінансово-економічні, кадрові ресурси на протистоянні агресії кремля на різних напрямах. Зокрема, Київ змушений тримати великий військовий контингент на 1000-кілометровому російсько-українському фронті та постійно збільшувати фінансування воєнних потреб. Нині майже половина бюджетних витрат спрямовані в оборонний сектор. Фактично триває російсько-українська «війна на виснаження» і напрям європейської інтеграції, з огляду на обмежені внутрішні ресурси, забезпечується не повною мірою [10].

## 2.2. Співробітництво в галузі дозвілля та культурний аспект європейської інтеграції

Угода про асоціацію за своїм обсягом і тематичним охопленням є найбільшим міжнародно-правовим документом за всю історію України та найбільшим міжнародним договором з третьою країною, коли-небудь укладеним Європейським Союзом. Вона визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС на принципах «політичної асоціації та економічної інтеграції» і слугує стратегічним орієнтиром системних соціально-економічних реформ в Україні.

Зокрема, у Розділі V «Економічне та галузеве співробітництво» цієї Угоди передбачено такі аспекти [9].

*Глава 15. Політика з питань аудіовізуальної галузі. Стаття 396*

1. Сторони здійснюють співробітництво з метою просування аудіовізуальної галузі в Європі та заохочення спільного виробництва в галузі кінематографії та телебачення.

2. Співробітництво може включати, inter alia, питання підготовки журналістів та інших працівників медіасфери як друкованих, так й електронних видань, а також питання підтримки засобів масової інформації (громадських і приватних), з метою посилення їхньої незалежності, професіоналізму та зв'язків з іншими європейськими ЗМІ відповідно до європейських стандартів, зокрема стандартів Ради Європи.

*Глава 16. Туризм. Стаття 399*

Сторони співробітничають у галузі туризму з метою зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі як генератора економічного зростання і стимулювання економіки, зайнятості та валютних надходжень.

*Стаття 400*

1. Співробітництво на двосторонньому, регіональному та європейському рівнях ґрунтуватиметься на таких принципах:

а) повага самобутності та інтересів місцевих громад, особливо в сільській місцевості;

б) важливість культурної спадщини;

в) чітка взаємодія між туризмом та захистом навколишнього середовища.

*Стаття 401*

Співробітництво зосереджується на таких напрямах:

а) обмін інформацією, найкращими практиками, досвідом та передача «ноу-хау», зокрема інноваційних технологій;

б) встановлення стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами з метою забезпечення сталого розвитку туризму;

в) просування та розвиток туристичних продуктів і ринків, інфраструктури, людських ресурсів й інституційних структур;

г) розвиток та імплементація ефективних політик і стратегій, зокрема відповідних правових, адміністративних та фінансових аспектів;

д) навчання спеціалістів з туризму, а також нарощення потенціалу в галузі туризму з метою підвищення стандартів якості надання туристичних послуг;

е) розвиток і сприяння туризму на основі місцевих громад.

*Глава 24. Культура. Стаття 437*

Сторони зобов'язуються сприяти співробітництву в галузі культури з метою покращення взаєморозуміння та розширення культурних обмінів, а також мобільності об'єктів мистецтва та митців України та ЄС.

*Стаття 438*

Сторони заохочують міжкультурний діалог між окремими особами та організаціями, які представляють інтереси громадянського суспільства та культурних закладів України та ЄС.

*Стаття 439*

Сторони тісно співпрацюють у рамках відповідних міжнародних форумів / організацій, зокрема Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) та Ради Європи (РЄ), з метою, зокрема, розвитку культурного розмаїття, збереження і оцінки культурної та історичної спадщини.

*Стаття 440*

Сторони докладають зусиль для розвитку постійного діалогу в галузі культури з метою сприяння розвитку культурної індустрії в Україні та ЄС. Задля досягнення цієї мети Сторони впроваджують належним чином положення Конвенції ЮНЕСКО про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження 2005 року.

*Глава 25. Співробітництво у сфері спорту та фізичної культури. Стаття 441*

1. Сторони співпрацюють у галузі спорту та фізичної культури з метою сприяння розвитку здорового способу життя серед людей різного віку, просування соціальних функцій та освітніх цінностей спорту, а також боротьби із загрозами для спорту, наприклад з допінгом, договірними матчами, расизмом та насильством.

2. Співробітництво, зокрема, включає обмін інформацією та гарною практикою за такими напрямами:

а) популяризація фізичної культури і спорту через освітню систему у взаємодії з державними установами та недержавними організаціями;

б) заняття спортом та фізична культура як спосіб сприяння здоровому способу життя та загальному процвітанню;

в) підвищення рівня національної компетенції та вдосконалення системи кваліфікацій у галузі спорту;

г) інтеграція людей з розумовими та фізичними вадами через заняття спортом;

д) боротьба з допінгом;

е) боротьба з договірними матчами;

є) безпека під час великих міжнародних спортивних подій.

Саме таке співробітництво між Україною та Європейським Союзом, зокрема співробітництво в галузі культури, сприятиме взаєморозумінню та розширенню культурних обмінів, а активна діяльність щодо розвитку та поширення культурних цінностей у європейському просторі за участі нашої країни сприятиме ефективному розвитку культури та покращуватиме євроінтеграційні здобутки України.

Європа – це передусім ідея. Жан Моне, один із батьків-засновників ЄС, зазначав, що, якби йому довелось почати процес об'єднання Європи заново, він би почав з культури. Адже єдиною наш континент робить не стільки політика та економіка, скільки ідея спільності, ідея базована на уявленнях про Європу її пересічних громадян.

Останніми роками ЄС все більше уваги приділяє розвитку культурного аспекту європейської інтеграції, зауважуючи, що саме культура виступає цементуючим матеріалом і для політики, і для економіки, й особливо для соціальної сфери. Відтак культуру можна розглядати як одну із засадничих ідей, які мотивували до творення і розбудови європейської спільноти, а пізніше і Європейського Союзу. З 1970-х років ЄС ініціював низку активних заходів у сфері культури та почав використовувати культурні аспекти як центральні в політиці європейської інтеграції із середини 1980-х. Маастрихтський договір 1992 року перетворив культуру на офіційний вимір політики ЄС.

Розбудову європейської політики в галузі культури, спадщини та пам'яті впродовж останніх кількох десятиліть можна інтерпретувати як розширення і поглиблення європейського проєкту з акцентуванням на культурно-історичній складовій Союзу, на відміну від тривалого його сприйняття виключно з політичної та економічної перспективи. У науковому дискурсі цей підхід уже дістав назву «культурна європеїзація», і ним стали позначати третю хвилю інтеграційних процесів, на відміну від перших двох – економічної та політичної. З 1990-х років ЄС активно розвиває дискурс, базований на транснаціональній європейській інтерпретації спільності культури й спадку [8].

Управління культурним виміром інтеграції є найбільш складним її аспектом, адже культура – це мультивекторний синтетичний концепт, базований переважно на духовно-світоглядних категоріях спільності й солідарності. З огляду на складний шлях, який торує Україна до статусу рівноправного членства в ЄС, розуміння і знання основ європейської культурної політики вбачаємо важливим і необхідним завданням. Для ефективної розбудови власної національної моделі культурної політики Україна має вивчати та враховувати той досвід, який напрацював ЄС та окремі європейські країни.

Дослідження основних нормативних, регулятивних, дорадчих, рекомендаційних та інших важливих документів у галузі культурної політики Європейського Союзу, Ради Європи та ЮНЕСКО дасть змогу виокремлювати й аналізувати аспекти культурної політики ЄС, а також прогнозувати нові вектори та перспективи її розвитку.

Основні документи ЮНЕСКО та Ради Європи, які визначають принципи, зміст, основні напрями реалізації культурної діяльності держав-членів цих організацій, – засади, на яких розвиваються культурні стратегії національних урядів країн-учасниць ЄС.

*Документи ЮНЕСКО:* Всесвітня конвенція про авторське право, Угода про ввезення матеріалів освітнього, наукового і культурного характеру, Декларація принципів міжкультурного співробітництва, Конвенція про заходи, спрямовані на заборону та запобігання незаконному ввезенню, вивезенню та передачі права власності на культурні цінності, Конвенція про охорону та заохочення

розмаїття форм культурного самовираження, Рекомендація про становище творчих працівників, Рекомендація ООН про збереження традиційної культури та фольклору.

*Документи Ради Європи:* Європейська культурна конвенція, Бременська декларація «Місто і культура: нові відповіді на проблеми культури», Європейська декларація про культурні цілі, Культура і регіони: культурний поступ у регіональному контексті, Декларація з європейської політики у сфері нових інформаційних технологій, Декларація з культурного розмаїття, Європейська ландшафтна конвенція, Рекомендація Ради Європи «Про викладання історії у XXI столітті в Європі», Декларація про міжкультурний діалог та запобігання конфліктам, Вроцлавська декларація до 50-річчя європейської культурної співпраці, Декларація Фаро щодо стратегії Ради Європи з розвитку міжкультурного діалогу, Декларація з промоції міжкультурного діалогу.

Охорона культурної спадщини стає все більшим пріоритетним вектором діяльності з огляду на зростаючий інтерес як з боку держав, так і з урахуванням особливостей розвитку ситуації у світі – збільшення кількості природних катаклізмів, негативних результатів людської діяльності, агресивної політики авторитарних режимів, ведення бойових дій, що призводить до руйнації та завдання шкоди пам’яткам культурної спадщини.

Документи міжнародних установ, що регламентують цей напрям у реалізації культурної політики держав.

*Охорона та збереження культурної спадщини:* Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини, Конвенція про охорону архітектурної спадщини Європи, Європейська конвенція про охорону археологічної спадщини, Конвенція про охорону підводної культурної спадщини, Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини, Рамкова Конвенція Ради Європи про значення культурної спадщини для суспільства, Закон України про охорону культурної спадщини.

Розпочавши спільні культурні проєкти в межах європейських співтовариств з останніх десятиліть XX ст., культурна сфера стає чи не центральним фокусом уваги ЄС у новому тисячолітті. Хоча культурна політика залишається зоною компетентності національних урядів країн-учасників ЄС, у XXI ст. з’являються та розширюються програми «Культура» та «Креативна Європа», до яких долучаються держави-партнери з інших регіонів світу. Культурні заходи й ініціативи, розширення людської мобільності митців, збільшення доступності до творчих результатів різних верст населення в різноманітних регіонах стали очевидним успіхом виконання цих програм.

*Документи інституцій ЄС, які регламентують культурну політику ЄС на сучасному етапі:* Копенгагенська декларація, Хартія основних прав Європейського Союзу, Новий європейський порядок денний для культури, Висновки ради щодо плану роботи по культурі на 2019-2022 рр., Програма Європейського Союзу «Креативна Європа, Закон України про культуру.

## 2.3. Соціокультурне брендування на шляху євроінтеграції України

Європейський вектор розвитку України незворотний. Але, на відміну від економічних, фінансових, промислових, торгових аспектів європейської інтеграції, які відрізняє високий ступінь уніфікації і стандартизації, політика соціально-культурної сфери, зокрема в галузі культури, будується на зовсім іншому принципі, а саме на повазі та заохоченні національного й регіонального різноманіття. Протягом багатьох років суспільство намагається зберегти і створити нові культурні цінності, для того щоб ввести їх у свідомість кожного індивіда, оскільки від рівня індивідуальної культури залежить і рівень культури суспільства загалом. Культура визначає як ступінь розвитку тієї чи іншої сфери життєдіяльності людини, так і самої людини. Можна сказати, що з культурою тісно пов'язані норми й цінності, серед них і загальнолюдські. Саме таке розуміння є наріжним каменем євроінтеграції сучасної України. І зрозуміло, що такий вектор трансформаційних процесів значною мірою буде визначати розвиток саме соціокультурної сфери.

Безумовно, що соціокультурна сфера сприяє духовному піднесенню інтелекту в суспільстві, удосконалює та розвиває його гуманітарну складову, генерує стимули та мотиви для розвою всіх сфер людської діяльності. Від міри розвитку соціокультурної сфери та її ефективності залежить якість життя населення країни, рівень розвитку суспільства, культурна та самобутня репутація країни у світі. Очевидно, що в умовах російсько-української війни, яка триває, це набуває ще більшого значення та сенсів.

У новій сучасній економіці намагання мати високу конкурентоспроможність абсолютно на всіх рівнях змушує насамперед розвивати ресурсний потенціал, а особливого значення в цьому процесі набуває ефективний розвиток саме нематеріальних активів (імідж, бренд тощо). Експерти Ради Європи, які працювали в Україні з метою вивчення культурної політики, сформували Звіт «Огляд культурної політики України», у якому стверджують, що «огляди дозволяють колегам з інших європейських урядів, які здійснили подібні реформи та законодавчі зміни, пропонувати інформацію, обмінюватися досвідом та практиками, а забезпечувати дружні поради Уряду. Додатково до зустрічей з представниками Уряду, які безпосередньо залучені до втілення запропонованих реформ, Огляд включає також зустрічі на обміні між стейкхолдерами, міжнародними експертами, представниками інших міжнародних організацій, громадянського суспільства та місцевими експертами.

Експерти визначили, що терміново мають бути докладені зусилля до вироблення бачення та орієнтації політики для скерування місцевої влади, культурних активістів та організацій, а також громадян у напрямі сприяння процесу модернізації та акумулювання ресурсів. У документі зазначено, що особи, які ухвалюють політичні рішення на національному та місцевому рівнях, мають навчитися максимально ефективно використовувати українські культурні ресурси задля активізації економічного та соціального розвитку. Вони мають розуміти, що українська історія, традиції, культури, мистецькі та творчі прояви є суттєвим підґрунтям для розбудови нової сучасної України.

Однак численні приклади з різних європейських країн показують, як культурні інвестиції, належним чином керовані з фінансового погляду, продукують низку результатів у контексті економічного процвітання, створення нових робочих місць чи можливостей для підприємництва в креативній економіці. Належним чином інтегровані в стратегії місцевого розвитку, культурні інвестиції є джерелом регіональної привабливості для гостей та інвесторів. Якщо мовити про місцеві очікування, варто зазначити, що це також є джерелом зміни ставлення, яке генерує духовну єдність, гордість та колективну єдність. Не може бути розвитку без віри в себе та віри в потенціал інших. Інвестування в культуру є здебільшого політичною справою, адже передбачаються значні зміни. Повернення інвестицій буде пов'язане не лише зі здатністю виробити продукт чи пропозицію, здатну посісти свою нішу на ринку в наступні три чи п'ять років, маючи на меті збільшення прибутків. Вони будуть базуватися на спроможності інвестицій трансформувати місцевість, якість життя, змінити стиль мислення, сприяти терпимості та набуттю знань, заохочувати здатність ризикувати й просувати ідеї креативності та дух підприємництва. Вони також будуть залежати від здатності пропонувати можливості більш широкого залучення громадян. Такі інвестиції будуть як фізичними (включно з промоцією спадщини наприклад), так й емоційними (через естетичну ударну хвилю та колективний досвід, який вона генерує)» [3].

Спираючись на таку авторитетну думку та крокуючи шляхом євроінтеграції України, поставимо вкрай важливе питання: що саме становить основу диференціації соціально-культурної сфери в Україні? Надати відповідь на це питання доволі просто – бренд. А процес соціокультурного брендування забезпечуватиме виконання такого вкрай важливого завдання. У цьому контексті державний брендинг постає як ідеальний вимір відносин між спільнотою та державою, за яких забезпечується створення і функціонування оригінального державного бренду, здатного впливати на масову свідомість і уявлення щодо місця та ролі країни в сучасних світових системах. Саме тому необхідно визначитись із суттю основних понять:

– *територіальний бренд* – це бренд країни, регіону, міста або іншого територіального утворення, що є важливим чинником просування території, спирається на політичний, економічний, соціокультурний потенціал території та природно-рекреаційні ресурси, а також бренди товарів і послуг, локалізовані в певній географічній місцевості; бренд території являє собою ментальну конструкцію, набір сприйняттів в уяві споживача, є одним з найпотужніших інструментів комунікації з її цільовими аудиторіями;

– *брендинг території* – це цілеспрямоване формування образу країни, регіону або міста у свідомості громадян або світової громадськості; цілі і завдання брендингу території – забезпечити довгострокове і вигідне позиціонування на конкурентному ринку, присутність бренду території в інформаційному просторі, упізнаваність бренду, приплив фінансових ресурсів на територію, трансляцію регіональних рішень та ініціатив у зовнішнє середовище, а також зробити це місце силою впливу.

На теперішній час у світі різні території активно розвивають свої бренди. Один з провідних світових фахівців у галузі брендингу Саймон Анхольт вперше

в ролі терміна вжив фразу «брендинг місць», він став основним розробником комплексного, диверсифікованого підходу до брендингу територій, на противагу спеціалізованому, сфокусованому на якомусь одному аспекті (наприклад туризмі) [2]. С. Анхольт створив концепцію конкурентної ідентичності, представивши її у вигляді шестикутника, який показує шість елементів сучасного бренду території: туризм; експортні бренди; політика; бізнес та інвестиції; культура; люди.

Отже, національний бренд згідно з теорією С. Анхольта, визначається сприйняттям країни за такими факторами: ефективність державного управління, багатство культурної та історичної спадщини, інвестиційна перспективність країни, якість експортованих товарів, туризм (туристичний потенціал), населення країни (людський капітал), а також привабливість країни як місця проживання. На підставі концепції шестикутника національного бренду С. Анхольт запропонував методику визначення вартості бренду країни й розробив шкалу рейтингу національних брендів (Nation Brands Index, NBI). Нині в рейтингу подано оцінку національних брендів 35 країн світу, серед яких країни Північної Америки, Західної і Північної Європи, Центральної і Східної Європи, Азії, Латинської Америки, Близького Сходу та Африки. Україна в цьому рейтингу не представлена.

Слід зазначити, що імідж міст країни є вагомим чинником, що впливає на брендування країни. С. Анхольт запропонував розробку індексу бренду міста (City Brand Index, CBI), який вимірює сприйняття окремих міст світу спільнотою розвинених країн і країн, що розвиваються. Індексований рейтинг міст (CBI) охоплює такі параметри, як: образ міста, який оцінюють на основі міжнародного статусу міста, його репутації та популярності у світі, а також його внеску в науку, культуру й ролі міста в житті країни; розташування міста, яке оцінюють за характеристиками його кліматичної належності, екології та охорони навколишнього середовища, архітектурного стилю та природнорекреаційних ресурсів; інфраструктуру міста визначають оцінкою якості інфраструктури міста, її доступності і зручності розташування, а також оцінкою ефективної діяльності соціальних установ (шкіл, лікарень, спортивних закладів); параметр населення міста є показником толерантності населення; показник ритму визначає наявність у місті розважально-культурних закладів; потенціал міста вимірюють економічними та науково-освітніми можливостями.

Так можна зрозуміти масштаби виконання завдання – побудова глобального бренд-поля України, що складається з локальних бренд-полів окремих міст. Слід зазначити, що виконання такого завдання є вкрай складним в умовах війни та вкрай відповідальним в умовах післявоєнної відбудови України. Британський вчений Річард Докінз у своїй роботі «Егоїстичний ген» закладає ідею «мему» – одиниці культурної інформації, що передається від одного носія до іншого. Як це стосується брендування? Такий мем якраз і є ідеєю, символом, а вирішення завдання створення глобального бренд-поля України має бути максимально зорієнтоване на створення позитивного символу України, наповненого новими сенсами [1].

Тому реалії виконання названого вище завдання сьогодні постають як побудова брендів міст і містечок України. Що стосується довоєнної історії України, то найбільш вдалими є бренди Києва, Львова й Одеси. Зрозуміла та позитивна

практика побудови брендів інших українських міст: Харків – місто ідей, Чернігів – місто легенд, Трускавець – місто курорт, Канів – Тарасова світлиця тощо [5].

З початком повномасштабної війни у 2022 році країна постала перед безпрецедентним викликом. Реальність війни стала випробуванням, у якому українці проявили всі навички та риси, завдяки яким можливий подальший рух у майбутнє – емпатію, самозарадність, здатність відстоювати свою ідентичність.

Приміром, за словами очільниці Департаменту культури та громадського розвитку Маріупольської міської ради Діани Трими, за час окупації практично вся спадщина і все надбання, що були в місті Маріуполь, знищені або вивезені на непідконтрольну територію. Представники профільного управління культури не мають доступу до фондів музеїв, які залишилися в Маріуполі, а інформацію про них отримують із соціальних мереж та розповідей очевидців. Люди, які виїхали з окупованого міста та залишилися в Україні, вбачають основним своїм завданням зберегти культуру українського Маріуполя. Нині велика кількість діячів культури Маріуполя в різних містах України та за кордоном реалізують свої проєкти через партнерську допомогу за грантові та благодійні кошти.

Низка маріупольських інституцій культури продовжують роботу, незважаючи на фактичну втрату своїх фондів. Так, зокрема, директорка Центральної міської бібліотеки, перебуваючи в Дніпрі, відновлює книжковий фонд, що був втрачений під час війни. Художня школа ім. Куїнджі релокована до Львова та продовжує роботу на новому місці.

На сьогодні Маріуполь активно заявляє про себе через культурні проєкти в Україні та за кордоном. Театральні документальні проєкти про війну, музичні та виставкові проєкти активно гастролюють, залучають кошти на підтримку ЗСУ та маріупольських сімей. Маріупольська культура теж працює на те, щоб повернути місто.

Тому в умовах війни та подальшої відбудови українських міст, можливо, потрібно буде закладати нові сенси, а саме Маріуполь: «Повернути місто», Херсон: «Відстояти ідентичність», Львів: «Плекати гнучкість» у процесі побудови територіальних брендів [4].

Бренд міста може задати стратегічний вектор розвитку території, а синергетичний ефект розвитку територій нашої держави забезпечить відродження та розвиток бренду держави Україна. Однак для того, щоб цей план виявився дієвим, в основу бренду повинна бути покладена потужна ідея, яка представлятиме місто як явище у країні та світі і дозволить поєднати інтереси багатьох людей, які населяють його територію.

Треба також зауважити на тому, що формування бренду як напрям практичної та наукової діяльності досить новий, а його реалізація передбачає вирішення низки питань: вибір найкращих інструментів для брендингу міста, адекватна оцінка ефективності наявного та створення нового бренду, вибір компетентних експертів для проведення SWOT-аналізу міста, пошук ефективної стратегії та моделі розвитку міста, вибір дієвого механізму реалізації стратегічного плану брендингу. Але глибоким переконанням успіху цього процесу в Україні є невпинний розвій соціально-культурної сфери як фундаменту національної ідентичності та самобутності на шляху до справжньої євроінтеграції нашої країни.

## 2.4. Транскордонне співробітництво України та ЄС

***Програма Interreg NEXT Польща – Україна 2021–2027***

У Програмі PL-UA відбулися значні зміни, які дають можливість реалізувати більше проєктів та сприятимуть більш комплексній підтримці транскордонного співробітництва. Їх затвердив Моніторинговий комітет. Завдяки збільшенню бюджету програми на понад 48 млн євро ми зможемо реалізувати проєкти в галузі транспортної інфраструктури в межах нового пріоритету «Доступність». Нові проєкти стануть частиною ініціативи «Коридори солідарності» між ЄС та Україною.

Це не всі зміни, які ми внесли в програму. Додатково:

- Ми будемо реалізовувати два Фонди малих проєктів, оператором яких буде Карпатський єврорегіон у Польщі (пріоритет «Співпраця») та Агенція регіонального розвитку Тернопільщини в Україні (пріоритет «Довкілля», нова конкретна ціль щодо сприяння переходу до циркулярної економіки).
- Ми перенесли 8,5 мільйонів євро з пріоритету «Туризм» на пріоритет «Довкілля», а точніше на конкретну ціль «Підтримка доступу до води та сталого управління водними ресурсами».
- Ми уточнили тематичні межі пріоритету «Кордони» і додали «Розвиток та модернізація інфраструктури перетину кордону, особливо в контексті коридорів солідарності Україна-ЄС» до переліку потенційних заходів [https://pl-ua.eu/ua/news/2982].

***ENI CBC Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна***

Передбачає фінансування від ЄС для сталого розвитку вздовж кордону України з Угорщиною, Словаччиною та Румунією, сприяє зменшенню відмінностей у рівні життя та вирішенню спільних викликів через ці кордони [https://rimon.in.ua/huskroua/uk/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F/].

***Romania – Ukraine Programme***

У період 2014–2020 років Європейський Союз профінансує Спільну операційну рпрограму Румунія – Україна, через Європейський інструмент сусідства (ЄІС). Програма адресована на зони на кордоні між Румунією та Україною і внесе свій вклад для досягнення загальної мети Європейського інструменту сусідства: еволюція в бік процвітання та добросусідства здійснена завдяки діям співпраці в прикордонній зоні на користь членам-державам і членам-ЄС, які є сусідами на кордоні [https://ro-ua.net/ua/].

***Горизонт 2020***

У 2015 році Україна стала асоційованим членом Рамкової програми Європейського Союзу з досліджень та інновацій «Горизонт 2020». Це членство надало українським учасникам рівноправний статус з їхніми європейськими партнерами, а також відкрило можливості впливу на формування змісту Програми.

«Горизонт 2020» – це найбільша Рамкова програма Європейського Союзу з фінансування науки та інновацій із загальним бюджетом близько 80 мільярдів євро, розрахована на 2014–2020 роки.

Програма сконцентрована на досягненні трьох головних завдань:

1) зробити Європу привабливим місцем для першокласних науковців;

2) сприяти розвитку інноваційності та конкурентоспроможності європейської промисловості й бізнесу;

3) за допомогою науки вирішувати найбільш гострі питання сучасного європейського суспільства.

Відповідно до цих завдань, Програму «Горизонт 2020» поділено на три основні напрями:

1. Передова наука, яка є відкритою для високоякісних індивідуальних та командних дослідницьких проєктів в усіх галузях знань, включаючи гуманітарні.

2. Лідерство в галузях промисловості, у яких фінансують розробку нових технологій і матеріалів, включно з ІКТ, та космічні дослідження; крім того, у межах цього напряму доступні фінансові інструменти для впровадження інновацій у малому та середньому бізнесі.

3. Суспільні виклики із широким спектром дослідницьких проєктів – від поліпшення якості транспорту, їжі, системи охорони здоров'я та безпеки до питань європейської ідентичності і культурної спадщини.

Українські установи, організації з кожним роком беруть все активнішу участь у програмі «Горизонт 2020». Починаючи з 2014 року й дотепер (станом на липень 2020 року), українські учасники отримали 182 гранти на суму 31 830 000 євро. Загальна кількість участі українських організацій – 256.

Найбільше фінансування було залучено:

- Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» – 2,06 млн євро;
- ННЦ «Харківський фізико-технічний інститут» – 1,41 млн євро;
- ТОВ «НАНОТЕХЦЕНТР» – 1,34 млн євро;
- ТОВ «Політеда Клауд» – 1,22 млн євро;
- ТОВ SolarGaps – 1,05 млн євро.

Найбільша кількість проєктів:

- Київський національний університет ім. Тараса Шевченка – 8;
- Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» – 7;
- Спілка геологів України – 7;
- ТОВ «НАНОТЕХЦЕНТР» – 6;
- Інститут фізики Національної академії наук України – 6 [https://mon.gov.ua/ua/nauka/yevrointegraciya/ramkovi-programi-z-doslidzhen-ta-innovacij-gorizont-2020-ta-gorizont-yevropa-ta-iniciativi-yevropejskoyi-komisiyi-yevropejskij-zelenij-kurs/gorizont-2020].

***Erasmus+UA***

Еразмус+ - Програма Європейського Союзу у сфері освіти, професійної підготовки, молоді та спорту [https://erasmusplus.org.ua/].

## 2.5. Програма Європейського Союзу «Креативна Європа»

Україна з 2015 року стала учасницею програми ЄС «Креативна Європа», що дає змогу ширше предстати здобутки й творчий потенціал українських митців та активніше долучитися до результатів творчості культурно-креативних індустрій європейської спільноти.

***«Креативна Європа»*** – це програма Європейського Союзу, яка підтримує культурний, креативний та аудіовізуальний сектори [7]. Програма «Креативна Європа» спрямована на фінансування проєктів та ініціатив, які націлені на зміцнення культурного різноманіття, а також відповідають потребам та викликам сектору культурних і креативних індустрій (ККІ). Крім того, нова програма буде сприяти відновлення цих індустрій, використання цифрових технологій, екологічність, гнучкість, адаптивність, а також інклюзивність. Бюджет нової програми був збільшений на 50% порівняно з програмою 2014–2020 років.

Мета програми «Креативна Європа»:

- захист, розвиток та промоція європейського культурного та мовного розмаїття, а також спадщини;
- підвищення конкурентоспроможності й економічного потенціалу секторів ККІ, зокрема аудіовізуального.

Цілі програми:

а) посилення мистецької та культурної співпраці на європейському рівні; підтримка створення європейських робіт і творів; посилення економічного, соціального та міжнародного виміру європейських ККІ; сприяння розвитку інновацій та мобільності;

б) заохочення співпраці організацій у напрямах інновацій, сталості та конкурентоспроможності;

в) підтримка міжгалузевих інноваційних заходів зі співробітництва, а також різноманітного, незалежного та багатонаціонального медіасередовища / медіаграмотності, тим самим підтримуючи свободу художнього вираження поглядів, міжкультурний діалог та соціальну інтеграцію.

Крім того, «Креативна Європа» заохочує розробку та поширення найкращих практик, які сприяють досягненню таких ключових пріоритетів Європейської комісії, як Європейський зелений курс Green Deal, інклюзивність та гендерний баланс.

Програма «Креативна Європа» складається з трьох підпрограм:

1) «Культура» – охоплює всі сектори культурних та креативних індустрій (за винятком аудіовізуального сектору та кіно);

2) «Медіа» – підтримує кіно та аудіовізуальний сектор;

3) «Міжсекторальна співпраця» – сприяє співпраці між різними культурними та креативними секторами, а також охоплює напрям новинних ЗМІ.

Загальний бюджет «Креативної Європи» (2021–2027) становить 2,44 млрд євро, які будуть розподілені так: «Культура» – 33%, «Медіа» – 58%, «Міжсекторальна співпраця» – 9%.

Підпрограма «Культура» складається з таких напрямів:

- горизонтальні конкурси, які охоплюють усі сектори культурних та креативних індустрій: підтримка проєктів міжнародної співпраці, мережі професійних організацій, платформи для промоції європейських митців і робіт, а також схему індивідуальної мобільності;
- підтримка окремих секторів, що входять до горизонтального напряму, серед яких музика, література та видавництво, культурна спадщина й архітектура;
- спеціальна підтримка відзначення найкращих досягнень та креативності за допомогою нагород у сфері літератури, музики, архітектури, культурної спадщини, а також премії «Культурна столиця Європи» та European Heritage Label.

Підпрограма «Культура» має такі нововведення:

- значний акцент на транснаціональну співпрацю, обіг робіт та інновацій у секторах ККІ;
- спрощення механізму фінансування від програми «Креативна Європа» завдяки вищим ставкам співфінансування;
- спеціально розроблена схема мобільності для митців та професіоналів у сфері ККІ;
- спеціальні конкурси, націлені на підтримку потреб секторів: музика, література, архітектура, культурна спадщина, дизайн, мода та культурний туризм.

Підпрограма «Медіа» фокусується на таких напрямах:

- підтримка співпраці як за загальним ланцюжком вартості, так і на рівні ЄС, з метою збільшення масштабів підприємств в аудіовізуальному секторі та поширення європейського контенту у світі;
- підтримка талантів з різних країн, розширення можливостей участі та співпраці з іншими країнами;
- підтримка використання нових технологій для забезпечення повною мірою використання цифрових технологій;
- сприяння екологізації галузі, а також виконання соціальних цілей, таких як гендерний баланс і національна різноманітність.

Конкурси підпрограми «Медіа» поділяють на чотири тематичні кластери:

1. Контент: заохочення співпраці та інноваційного підходу у створенні та виробництві високоякісних робіт.

2. Бізнес: промоція інновацій для бізнесу, конкурентоспроможності, можливостей масштабування, а також талантів для зміцнення європейської конкурентоспроможності на світовому ринку.

3. Аудиторія: забезпечення присутності та доступу до європейських творів потенційної аудиторії за допомогою дистрибуції та ініціатив з розвитку аудиторії.

4. Політика: підтримка ініціатив для обговорення, обміну досвідом, дослідженнями та звітами щодо політики в аудіовізуальному секторі серед країн. Сприяння підвищенню обізнаності.

Підпрограма «Міжсекторальна співпраця» буде присвячена: спільним викликам та можливостям для секторів ККІ; уперше відбудуться конкурси для

підтримки сектору новинних ЗМІ через промоцію медіаграмотності, плюралізму та свободи слова.

Конкурси підпрограми «Міжсекторальна співпраця» будуть підтримувати: транснаціональну стратегічну співпрацю: поширення знань про програму та підтримка поширення результатів; креативні інноваційні лабораторії: поширення інноваційних підходів до створення контенту, доступу, дистрибуції та промоції серед секторів ККІ; новинні ЗМІ: підтримка медіаграмотності, якісної журналістики, свободи ЗМІ та плюралізму.

## 2.6. Грантові програми єврорегіонів

### *Чеський центр*

Представництво мережі Чеських центрів, яка є частиною Міністерства закордонних справ Чеської Республіки. Мережа Чеських центрів представлена 22 державними установами по всьому світу. Чеські центри як додаткова ланка дипломатичних структур всебічно репрезентують Чеську Республіку за кордоном. Основні напрями діяльності Чеського центру – культура та освіта. Діяльність Чеського центру в галузі культури не обмежена традиційними напрямами в музиці, кіно, театральному чи образотворчому мистецтві, направлена на розвиток нових тенденцій та альтернативних пошуків у мистецтві. Чеський центр організовує та підтримує культурні й освітні акції, які створюють цілісне враження про Чеську Республіку як державу, що прагне до інтеграції з найрозвинутішими країнами світу. Співпраця на міждержавному рівні базується на принципі, що взаємна поінформованість сприятиме розвиткові дружніх стосунків між країнами. Чеський центр, спільно з Чеським літературним центром, є ініціатором проведення Перекладацького конкурсу імені Сузанни Рот, партнером театральної програми обмінів «Діалог без кордонів». Подавати заявку можуть, залежно від програми, видавці, перекладачі, культурні оператори та менеджери [https://kyiv.czechcentres.cz/uk/].

### *Польський інститут в Україні*

Інституція, створена за рішенням міністра закордонних справ Польщі, входить до мережі Польських інститутів у різних країнах. Головним завданням мережі Інститутів є реалізація ідеї польської публічної дипломатії: дбати про добре ім’я Польщі і її бездоганну репутацію, зокрема, забезпечуючи польську присутність на міжнародних заходах, встановлюючи й підтримуючи контакти з іноземними партнерами в царині культури, освіти, науки й громадського життя. Діяльність Польських інститутів спрямована на популяризацію нинішньої Польщі – сучасної, активної на міжнародній арені держави, прикладу успішних, мирних політичних та економічних перетворень. Польські інститути послідовно вживають заходів для залучення відповідної аудиторії. Вони співпрацюють у державах свого перебування з місцевими закладами культури, полонійними організаціями, центрами досліджень та розвитку, а також місцевими ЗМІ. Польський інститут в Україні заохочує українських діячів культури, митців, представників креативної

галузі до участі в різноманітних грантових програмах. Наприклад, у програмі «Східні стипендії» Варшавського університету, Стипендії Кшиштофа Скубішевського, «Польський Еразмус для України», стипендіальній програмі міністра культури Республіки Польща Gaude Polonia, перекладацьких програмах, Thesaurus Poloniae тощо. Заявку можуть подавати, залежно від програми, студенти-бакалаври, видавництва, митці, перекладачі, громадські організації [https://instytutpolski.pl/kyiv/].

### *Британська Рада в Україні*

Міжнародна організація Сполученого Королівства, мета якої – розширення культурних відносин та поширення освітніх можливостей, має представництва в понад 100 країнах на шести континентах, заохочує та зміцнює міжнародну співпрацю. Основними напрямами роботи, крім дипломатичного, є суспільний, освітній і культурний. Британська Рада в Україні проводить численні програми обмінів і грантів, які сприяють збільшенню професійної компетенції культурних менеджерів та митців. Однією з найвідоміших є Culture Bridges – програма розвитку українського культурного сектору, яка має на меті налагодження ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями в Україні і ЄС. Програма стартувала в листопаді 2017 року й триватиме до жовтня 2020 року. Culture Bridges фінансує Європейський Союз у межах впровадження Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, здійснює Британська Рада в Україні в партнерстві з EUNIC – мережею Національних інститутів культури Європейського Союзу. Програма фінансувала низку активностей, зокрема міжнародну мобільність фахівців, проєкти національної і міжнародної співпраці, тренінги та ознайомчі поїздки до країн ЄС. Упродовж трьох років було виділено понад 100 грантів. Заявку можуть подавати: індивідуальна особа з державною реєстрацію фізичної особи-підприємця, або організація, залежно від умов програм [https://www.britishcouncil.org.ua/].

### *Ґете-інститут в Україні*

Культурна інституція Федеративної Республіки Німеччина, що діє в усьому світі та сприяє знанню німецької мови за кордоном, підтримує міжнародну культурну співпрацю. В Україні має такі цілі: виступати посередником і співучасником у німецько-українському діалозі в культурній та освітній сферах; сприяти зростанню і підтриманню інтересу до Німеччини; надавати інформацію про Німеччину; сприяти вивченню німецької мови в Україні; підтримувати діалог між Європою та східноєвропейськими культурами. Здійснює систематичну підтримку проєктів у сфері культури, зокрема перекладів літератури з німецької чи на німецьку мову, кінофестивалів, театральних вистав, інклюзивно-мистецьких проєктів, конкурсу книжкового дизайну в межах Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал». Так, програма «Переклади німецьких книжок іноземними мовами» діє вже сорок років і має у своєму доробку понад шість тисяч найменувань видань. Заявку можуть подавати іноземні видавництва. Підтримка перекладів поширюється тільки на видання німецькомовних авторів, опублікованих у Німеччині, Австрії та Швейцарії [https://www.goethe.de/ins/ua/uk/index.html].

### *Французький інститут в Україні*

Інституцію було створено у 1994 році на підставі міжурядової угоди. Нею керує Міністерство закордонних справ та міжнародного розвитку Франції. Місією Французького інституту в Україні є поширення французької мови та культури, а також налагодження довгострокових партнерських стосунків з українськими діячами в царинах освіти, науки, культури та творчості, зокрема, за допомогою грантових програм і стипендій. Крім довгострокової та короткострокової підтримки освітніх ініціатив, інституція промотує проєкти, які просувають французьку культуру в Україні. Щоб отримати грант від ФІУ, необхідно заповнити заявку на сайті організації. Перевагу надають тим проєктам, які просувають французьку культуру та / або культурну співпрацю між Францією та Україною. Якщо заявник розраховує на спільне фінансування проєкту, він повинен зважати, що частка французької культурної мережі не має перевищувати 25% усього бюджету. Серед постійних партнерів Французького інституту в Україні – Одеський міжнародний кінофестиваль, Leopolis Jazz Fest, Міжнародний фестиваль Книжковий арсенал», фестиваль «Харківські асамблеї», міжнародні кінофестивалі «Молодість» і «Крок, а також багато інших. Заявку можуть подавати: українські громадські об'єдання, організації, що мають статус неурядових, фізичні особи [ttps:/ /institutfrancais-ukraine.com/].

### *Вишеградський фонд*

Міжнародну донорську організацію створили у 2000 році уряди країн Вишеградської групи – Чехії, Угорщини, Польщі та Словаччини для сприяння регіональному співробітництву у Вишеградському регіоні, а також між регіоном цієї групи та іншими країнами, особливо в регіонах Західних Балкан і Східного партнерства. Щороку Фонд виділяє 8 мільйонів євро у вигляді грантів і стипендій, що є спільними внесками країн Вишеградського регіону. Інші країни-донори (Канада, Німеччина, Нідерланди, Південна Корея, Швеція, Швейцарія, США) надають ще 10 млн євро в межах різноманітних програм, якими Фонд керує з 2012 року. Вишеградський фонд підтримує різні види діяльності в усіх сферах життя – від невеликих транскордонних проєктів, які прагнуть поліпшити взаєморозуміння в прикордонних районах, до багатосторонніх ініціатив, які можуть принести користь людям у всьому регіоні. Але головний акцент Фонд робить на освіті, інноваціях та підприємництві, демократичних цінностях та свободі ЗМІ, інституційному партнерстві, регіональному розвитку тощо. Заявку можуть подати студенти-бакалаври без вікового обмеження. Одна особи може подати заявку лише на одну програму [https://www.visegradfund.org]./

## *Висновки*

1. Для України рух у напрямі європейської інтеграції – це питання ефективності її включення в наявну систему світового порядку в сучасній геополітичній системі. Активізація євроінтеграційних процесів, яку ми спостерігаємо сьогодні, означає більш інтенсивне включення України в міжнародну співпрацю щодо врегулювання конфліктів і протидії новітнім гібридним загрозам.

Таке усвідомлення та історична незворотність зумовили отримання сьогодні Україною статусу кандидата до вступу в ЄС та сприяли початку процесу переговорів щодо вступу, що є дороговказом як для зовнішньої орієнтації країни, так і для внутрішніх реформ.

2. Співробітництво між Україною та Європейським Союзом, зокрема співробітництво в галузі культури, сприятиме взаєморозумінню та розширенню культурних обмінів, а активна діяльність щодо розвитку та поширенню культурних цінностей у європейському просторі за участі нашої країни сприятиме ефективному розвитку культури та покращуватиме євроінтеграційні здобутки України.

3. Соціокультурна сфера сприяє духовному піднесенню інтелекту в суспільстві, удосконалює та розвиває його гуманітарну складову, генерує стимули та мотиви для розвою всіх сфер людської діяльності. Від міри розвитку соціокультурної сфери та її ефективності залежать якість життя населення країни, рівень розвитку суспільства, культурна та самобутня репутація країни у світі. Очевидно, що в умовах російсько-української війни, яка триває, це набуває ще більшого значення та сенсів.

Бренд міста може задати стратегічний вектор розвитку території, а синергетичний ефект розвитку територій нашої держави забезпечить відродження та розвиток бренду держави Україна. Однак для того, щоб цей план виявився дієвим, в основу бренду повинна бути покладена потужна ідея, яка представляє місто як явище у країні та світі і дозволяє поєднати інтереси багатьох людей, які населяють його територію.

4. Євроінтеграція України відбувається в умовах широкомасштабної російської інтервенції. Війна, розв’язана країною-агресором, довела готовність українців мужньо захищати незалежність своєї країни, відстоювати європейський шлях розвитку, згуртувала українську націю і посилила громадську підтримку руху до ЄС. Одночасно війна активізувала двосторонні процеси євроінтеграції, надала нової якості політики ЄС на українському напрямі, змусила переглянути підходи та пріоритети у сфері безпеки. Очевидно, що війна, під час якої Україна зазнала колосальних людських та фінансово-економічних втрат, вплинула на динаміку просування до об’єднаної Європи.

5. У сучасних реаліях Європейський Союз все більше уваги приділяє розвитку культурного аспекту європейської інтеграції. Зазначено, що сьогодні саме культура виступає зв’язуючим матеріалом для політики, для економіки, для соціальної сфери. Розбудову європейської політики в галузі культури, спадщини та пам’яті впродовж останнього часу можна інтерпретувати як розширення і поглиблення європейського проєкту з акцентуванням на культурно-історичній складовій Союзу. Саме таке бачення сьогодні превалює, на відміну від тривалого

сприйняття Європейського Союзу виключно з політичного та економічного погляду. У науковому товаристві цей підхід уже дістав назву «культурна європеїзація», і ним стали позначати третю хвилю інтеграційних процесів, на відміну від перших двох – економічної та політичної.

6. З огляду на складний шлях, який торує Україна до статусу рівноправного членства в ЄС, розуміння і знання основ європейської культурної політики вбачаємо важливим і необхідним завданням. Для ефективної розбудови власної національної моделі культурної політики Україна має вивчати та враховувати той досвід, який напрацював ЄС та окремі європейські країни.

***Список використаних джерел***

1. Воробйова Н. П. Соціокультурне брендування на шляху євроінтеграції України. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство* : матеріали Міжнародного симпозіуму (Київ, 06 червня 2019 р.). Київ : НАКККіМ, 2019. С. 15–18.

2. Гарбера О. Є. Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. *Ефективна економіка.* 2016. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5182 (дата звернення: 07.04.2024).

3. Звіт експертів Ради Європи «Огляд культурної політики України». 13–15 березня 2017 р. URL: http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art_ id=245250866 (дата звернення: 22.03.2024).

4. Культура релакована. Спостереження. URL: https://drive.google.com/file/d/1wurodNbHcaeMK2wgA4-_62PmvDZ8_lAs/view (дата звернення: 22.03.2024).

5. Логотипи і слогани міст України: 30 брендів. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/article/1361_logotipi-i-slogani-mist-ukrajini.htm?fbclid=IwAR2mcUZHXpImEmHEMw0PjocvhTZjXkIXjp6t5w3vroZv_4LeaJQ3yP9X0V4 (дата звернення: 20.03.2024).

6. Євроінтеграційні процеси в Україні: становлення та розвиток. URL: https://prikhodko.com.ua/my-i-zmi/my-i-zmi/stattya/yevroitegraczijni-proczesy-v-ukrayini-stanovlennya-ta-rozvytok/ (дата звернення: 12.04.2024).

7. Креативна Європа. URL: https://creativeeurope.in.ua/p/about_creative_ europe_ programme (дата звернення: 06.04.2024).

8. Культурна політика Європейського Союзу : хрестоматія : навч. посіб. / упоряд: М. К. Кеда, Т. В. Соломенна. Чернігів : Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, 2022. 468 с.

9. Угода про асоціацію України та ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 18.03.2024).

10. Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи. URL: https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_full.pdf (дата звернення: 04.04.2024).

***Цитування розділу 2:*** Воробйова Н. П.. Проблеми та перспективи розвитку соціокультурної сфери України в межах євроінтеграційних процесів. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 25–45.

## Розділ 3

# СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

### 3.1. Проєктна діяльність у соціокультурній сфері України

Соціокультурна сфера України потребує постійного впровадження інновацій, які є новими формами культурної діяльності, комунікації та управління культурним процесом, спрямованим на осмислення і використання історичного досвіду та сучасної практики людства [5, 28].

Загалом інновації в соціокультурній сфері спрямовані на створення нового культурного продукту або форм організації культурного процесу та креативних технологій для задоволення культурних потреб сучасної людини, зокрема через проєктну діяльність і забезпечення соціально-економічного розвитку суспільства [3, 76].

Водночас дослідники визначають соціокультурну діяльність як діяльність соціального суб'єкта (індивіда, спільноти, соціального інституту, етносу, нації), сутністю і змістом якої є процеси створення, збереження, трансляції, засвоєння та розвитку традицій, цінностей і норм культури, зокрема художньої, історичної, духовної, екологічної, політичної тощо.

Практика впровадження та реалізації проєктів у сфері культури останніх років свідчить про ефективність цієї форми соціокультурної діяльності. За кордоном існує значний досвід управління культурним сектором через проєктну діяльність. Хоча ця тема перебуває в центрі уваги вітчизняних і зарубіжних науковців, втім аналіз специфіки проєктної діяльності у сфері культури та визначення основних напрямів її ефективного застосування залишаються не достатньо дослідженими [7, 29].

Соціокультурне проектування – це інноваційно-творча діяльність, що передбачає аналіз соціокультурних проблем, виявлення чинників, що їх зумовлюють, вироблення цілей і завдань, а також розробку шляхів і засобів досягнення поставлених цілей для вдосконалення соціокультурного середовища [5, 28].

Соціокультурне проєктування спрямоване на створення умов для підтримки пріоритетних культурних сфер і видів діяльності, які мають соціальну й особистісну значущість, сприяють оптимізації духовно-культурного життя суспільства тощо [7, 20].

Завданнями проєктної діяльності є:

– аналіз соціокультурного середовища, виявлення проблем і їх ранжування;

– виявлення факторів, що спричинили проблему;

– дослідження та розробка шляхів вирішення аналізованої проблеми;

– відбір найоптимальнішого рішення та його оформлення;

– розробка організаційних форм реалізації проєкту з урахуванням матеріально-технічного забезпечення, фінансових і правових аспектів [7, 71].

Натомість завданням проєктувальника є покращення соціокультурного середовища людини через проєктну діяльність, збереження та відтворення елементів культури як цілісної системи [7, 26].

Успіх проєкту в соціокультурній сфері значною мірою залежить від рівня володіння проєктувальниками технологією грамотного аналізу конкретної ситуації, розробки та реалізації проєктів і програм, що оптимізують основні складові життєдіяльності людини [7, 68].

Технологічний процес розробки та реалізації соціокультурних проєктів проходить такі етапи:

- концептуалізація – виявлення проблеми;
- цілепокладання – визначення мети і завдань;
- забезпечення ресурсами;
- планування;
- реалізація;
- рефлексія – узагальнення результатів [7, 104].

Залежно від змісту культурних проблем, що визначають актуальність проєктів, та новизни способів їх вирішення, проєкти можуть бути:

– типовими, які реалізуються і в інших ситуаціях з незначною адаптацією до місцевих умов, наприклад проєкти типових закладів культури;

– унікальними, які не підлягають тиражуванню через унікальність ситуації та території, на яку поширюється проєкт [7, 30].

Водночас соціокультурне проєктування певною мірою відповідає за культурний розвиток, оскільки проєктна діяльність є інноваційною та творчою і сприяє модернізації соціокультурного середовища. Проте ступінь інноваційності може бути різним, оскільки проєкт може бути новим для певного сектору, певного регіону, певної організації або новим взагалі, тобто унікальним. Новизна проєкту завжди може бути піддана сумніву, і набагато важливішою є новизна творчої ідеї, зокрема в розробці рішення проблеми, і так проєкт стає способом перетворення культурної реальності через індивідуальність автора [5, 32].

Тим часом інноваційні проєктні технології, що використовують у процесі реалізації проєктів у сфері мистецтва, дають можливість:

– виявити культурні потреби;

– розширити цільову аудиторію;

– активізувати зворотний зв'язок суб'єктів культури;

– сформувати культурний інформаційно-комунікаційний простір;

– підвищити загальну ефективність культурно-мистецької діяльності [7, 27].

Пріоритетні соціокультурні проєкти у сфері культурних інновацій спрямовані на такі аспекти:

– сприяння творчих спілок та інших громадських організацій у сфері культури, зокрема молодіжних об'єднань;

– створення цільових програм у сфері культури для підтримки обдарованих дітей, підвищення рівня професіоналізму працівників культури через перепідготовку та підвищення кваліфікації тощо;

– виявлення та відтворення кращих ідей і технологій для покращення соціокультурного середовища;

– навчання ефективним методам формальної та неформальної комунікації між людьми;

– створення проєктів нових високотехнологічних регіональних культурних центрів [7, 31];

– використання нових ІТ-продуктів і технологій;

– створення соціально-педагогічних і культурно-мистецьких центрів, що поєднують рекреаційну та освітню функції;

– реставрація нежитлових будівель, придатних для організації культурно-дозвіллєвих закладів або їх філій [7, 32].

Цікавими прикладами перетворення колишніх заводів на креативні хаби в Києві, Львові та Харкові є Артзавод «Платформа», UNIT.City, Артзавод «Механіка», Lem Station та FESTrepublic.

У Києві Артзавод «Платформа» був створений на території Дарницького шовкового комбінату, де проходять музичні та фуд-фестивалі, благодійні заходи, розміщений коворкінг та творчі майстерні. А UNIT.City був створений на території Київського мотоциклетного заводу з метою об'єднання освітніх, комерційних, культурних, спортивних, розважальних тощо об'єктів в одному місці, використовуючи ідею шеренгу, тобто всі компанії-резиденти мають доступ до майстерень та лабораторій одна одної, а не існують лише по сусідству [4, 213].

Натомість у Львові на території львівського заводу «Галичскло» виникла !FESTrepublic, яка стала креативним простором, що об'єднує івент-середовище, освітні студії, кав'ярні, нічний клуб, дитячий садок, а також є штаб-квартирою Холдингу емоцій !FEST, мережею креативних проєктів та ресторанів, серед яких «Криївка», «Львівська майстерня шоколаду» та «Кава Шахта». У свою чергу, Lem Station було створено на території трамвайного депо, де розмістилися коворкінги, студентські кампуси, артпростори, майстерні, пошта, амфітеатр, екопарк, центр дитячого розвитку тощо. У Харкові на території колишнього Харківського паровозобудівельного заводу був заснований Артзавод «Механіка», що став місцем проведення локальних фестивалів музики, гастрономії та мистецтва [4, 214].

Перетворення неефективних промислових будівель на культурні об'єкти є ревіталізацією, мода на яку розпочалася в Європі та США у 1990-х роках, але в Україну вона прийшла не так давно і поки що є справою рук іноземців або винятково сміливих підприємців [4, 213].

Що стосується розвитку культурної інфраструктури, то на всіх рівнях проєктування головним завданням стає створення умов, що стимулюють культурну активність людини, приведення культурної інфраструктури в нормативну та функціонально-змістову відповідність тим новим завданням, що виникають внаслідок гострих соціальних та особистісних проблем, тобто розвиток інфраструктури стає умовою і засобом удосконалення соціокультурного життя [7, 21].

Наприклад, у 2009–2011 роках у Житомирі були розроблені та реалізовані проєкти, які визначили основні напрями формування та розвитку сучасної інфраструктури у сфері культури і мистецтва, збереження національної культурної

спадщини, народних традицій та обрядів, подальшого вдосконалення форм і методів проведення заходів, серед яких:

– організація державних та міських свят, культурно-мистецьких заходів;

– підтримка кінематографії;

– збереження та використання об'єктів культурної спадщини;

– розвиток туристичного й екскурсійного обслуговування;

– відродження, збереження та розвиток народних художніх промислів і ремесел;

– упровадження енергоощадних технологій у закладах культури тощо [5, 29].

Водночас одним із пріоритетних напрямів соціокультурного проєктування так і залишається регіональне проєктування. Розробка регіональних соціокультурних програм і проєктів є досить складним процесом, базується на вивченні регіональної специфіки та особливостей і вимагає аналізу потенціалу та ресурсів соціокультурного середовища конкретного регіону, а також виявлення проблем, притаманних конкретному регіону. До таких проблем відносять:

– проблеми освоєння об'єктів і цінностей художньої культури, організації мистецького життя та творчого розвитку особистості;

– збереження та розвиток історико-культурної спадщини регіону;

– проблеми духовного і культурного розвитку особистості тощо [5, 28].

Соціокультурне проєктування як форма організації та управління допомагає адаптувати як традиційні, так й інноваційні напрями культури до нових економічних умов. Проєкт як технологія ефективного управління культурними процесами зумовлений посиленням соціальних функцій культури. А в умовах децентралізації культурної сфери проєктна діяльність сприяє підприємницькій активності культурних організацій та установ і є важливим чинником залучення необхідних ресурсів у сферу культури [5, 32].

Реформа децентралізації передбачає, що громади мають забезпечувати своїх мешканців якісними послугами, а заклади культури передаються від районних рад у власність новостворених територіальних громад. Крім того, децентралізація у сфері культури підвищує рівень життя мешканців громад та забезпечує вільний доступ до культурних благ. Процеси реформування вимагають від місцевих закладів культури пошуку інноваційних форм і напрямів надання культурно-мистецьких послуг та шляхів забезпечення подальшого розвитку закладів культури. Особливо гостро ця проблема стоїть у сільській місцевості, де більшість закладів є дотаційними та недофінансованими [21].

При цьому територіальні громади намагаються створювати інтерактивні громадські простори нового покоління, перетворюючи старі сільські клуби з бібліотеками на сучасні мультимедійні сервісні центри, та розробляють проєкти для отримання грантів на їх реалізацію [4, 213].

Однак, за даними Міністерства культури та інформаційної політики, лише 40% закладів культури, що перебувають в управлінні громад, мають задовільний матеріально-технічний стан. Серед основних проблем, з якими стикаються громади в культурній сфері, можна виділити: брак коштів, недоступність центрів надання культурних послуг, неналежне використання інноваційних технологій у закладах культури [21].

Проте з початком широкомасштабного вторгнення російської федерації в Україну в лютому 2022 року заклади культури на всіх рівнях зазнали значних втрат. У перші місяці вся культурна діяльність була призупинена й лише згодом почала відновлюватися, а на Сході та Півдні України значна кількість закладів культури була зруйнована або працювала в обмеженому режимі.

Крім того, більшість українських закладів культури та їх фахівці змінили свою діяльність на надання безпосередньої допомоги членам своїх місцевих громад, роботу із внутрішньо переміщеними особами, культурну дипломатію, підтримку захисників України, збереження культурної спадщини тощо [16]. А тому у грудні 2023 року було оголошено конкурс проєктів на пітчинг «Культурні понеділки», що являє собою серію комплексних подій, які сприяють отриманню стипендій на реалізацію проєктів для діячів культури. Цей проєкт має на меті підтримати ініціативи в різних секторах культури і дати можливість незалежним культурним активістам обговорити виклики та можливості, співпрацю і взаємодію [18].

Культурні проєкти також можна подавати на часткові гранти, які призначені для організацій громадянського суспільства, що працюють у сфері культури, закладів культури, органів місцевого самоврядування, відповідальних за культуру, митців та представників культурного сектору. Проєкти, подані на часткові гранти, повинні бути спрямовані на продовження культурного життя і на розвиток, зокрема соціально-економічний, громадянський тощо [16].

Проте Н. Григоренко зауважує, що присутність України в інформаційному полі інших країн є нагальною потребою сьогодення, і ситуація могла б бути кращою, якби «м'яка сила» української культури використовувала свій потенціал на повну потужність впродовж усіх років незалежності. Н. Григоренко вважає, що культура завжди запобігає кризам і конфліктам, а «м'яка сила» визначає те, як громадяни інших країн сприймають Україну, та рішення, які приймають їхні уряди, організації та культурні інституції. Для успішної реалізації будь-якого проєкту за кордоном потрібні не лише налагоджені зв'язки, але й досвід проєктного менеджменту та знання суспільних уподобань у різних країнах, втім цих навичок культурному сектору нашої країни бракує. Водночас дослідниця зазначила, що понад 500 українських проєктів було презентовано по всьому світу, відповідно ці події змінюють ставлення, а подекуди формують уявлення про Україну, про цінності, виклики [9].

Міністерство культури та інформаційної політики України спільно з Державним агентством України з питань мистецтв та мистецької освіти і партнерами у квітні 2022 року запустило проєкт Ukraine Now and Forever, який мав на меті показати Україну в усьому її культурному розмаїтті та мистецькій мультидисциплінарності. Айдентику проєкту розробив український художник Д. Скрипник, взявши за основу соняшник, який на сьогодні є символом України та її народу.

Основною метою проєкту Ukraine Now and Forever стало привернення уваги до української культури та мистецтва, що сприятиме консолідації міжнародної спільноти в протистоянні російській агресії.

Проєкт передбачав реалізацію таких завдань:

– закликати міжнародну спільноту до продовження культурних санкцій проти росії;

– підвищити обізнаність зарубіжної аудиторії про українські культурні проєкти та мистецькі заходи [23].

Проєкт Ukraine Now and Forever об'єднав різні ініціативи та представив світові українську культуру і мистецтво у своїй самобутності та розмаїтті через проведення концертів, презентацій національних мистецьких проєктів, зокрема через реалізацію театральних проєктів та вистав, публічних дискусій. Отже, використання проєктної діяльності в соціокультурній практиці сприяє вирішенню актуальних проблем духовно-культурного розвитку, створенню сприятливих умов для саморозвитку культурного життя та підтримці локальної культурної активності.

## 3.2. Європейський досвід підтримки культури через проєктну діяльність

Реалізація спільних міжнародних культурних проєктів має важливе значення у відносинах між Україною та ЄС, оскільки допомагає фахівцям просувати свої організації та мистецькі проєкти, ефективно співпрацювати з фахівцями з інших країн, розробляти та реалізовувати спільні культурно-мистецькі проєкти, а також просувати українську культуру загалом.

Європейська культурна спільнота пропагувала та продовжує пропагувати переконання, що культура, зокрема спільна культурна політика, має бути основою євроінтеграційних процесів. Як наслідок, у 1992 році було створено альянс під назвою «Європейська культурна дія» (Culture Action Europe), основним завданням якого стало відстоювання інтересів культурних організацій та їх фінансування. Варто зазначити, що платформа стала масштабним об'єднанням, яке налічувало понад 10 000 організацій [3, 76].

«Європейська культурна дія» має на своєму рахунку досить велику кількість гучних адвокаційних кампаній, одна з яких відбулася у 2004 році під гаслом «Сімдесят центів на культуру», коли Єврокомісія почала формувати бюджет на 2007–2013 роки, внаслідок чого культурні активісти розпочали низку заходів. У проєкті бюджету ЄС планували витрачати на культурні потреби 7 центів на рік на кожного громадянина, але культурна спільнота вимагала збільшити цю суму в 10 разів. Понад 1300 культурних організацій з усіх країн ЄС взяли участь у цій кампанії, яка супроводжувалася медіакампанією впродовж більше двох років. За цей час представники платформи зіткнулися зі спротивом, оскільки деякі політичні сили вважали, що навіть сума в 7 центів є занадто високою, але в остаточному варіанті бюджету сума була збільшена до 13 центів. Ця кампанія вважається успішною, оскільки до питання фінансування культурних проєктів та заходів було привернуто увагу широкої громадськості [3, 77].

Наступна кампанія під назвою «Ми – більше» (We are more) тривала з 2010 по 2013 рік, коли відбувалися консультації щодо формування бюджету ЄС на 2014–2020 роки, і висувала дві основні вимоги, а саме культурну програму для

ЄС та збільшення фінансування культури з регіональних бюджетів. Однак успіх кампанії був частковим, оскільки Єврокомісія схвалила масштабну програму «Креативна Європа», яка загалом отримала позитивні відгуки з боку альянсу, а фінансування культурних проєктів з місцевих бюджетів збільшилося в середньому на 7–8% [3, 77].

Що стосується України, то в березні 2016 року набула чинності ратифікована Верховною Радою Угода між Кабінетом Міністрів України та Європейською комісією про участь держави в програмі «Креативна Європа», яка спрямована на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів. Метою програми є захист, розвиток та популяризація європейського культурного, мовного розмаїття та спадщини, а також підвищення конкурентоспроможності та економічного потенціалу сектору культурних та креативних індустрій. Наприклад, загальний європейський бюджет програми на період 2021–2027 років становить 2,44 млрд євро [8].

Українські культурні заклади, організації та менеджери отримали можливість брати участь у реалізації загальноєвропейських програм розвитку, шукати партнерів в інших європейських країнах, повноцінно взаємодіяти з ними в межах європейських мереж і платформ, виводити свою діяльність на якісно новий рівень. Так, при реалізації програми «Креативна Європа» було впроваджено практичну фазу проєкту COMUS – спільного проєкту Ради Європи та Європейської комісії «Урбаністичні стратегії в історичних містах, скеровані громадянами», який передбачав комплексну взаємодію між органами влади всіх рівнів та місцевими громадами. Метою проєкту було покращити міське середовище малих міст, зупинити деградацію історичного середовища та заохотити місцевих жителів до активної участі в розробці стратегії розвитку міста з акцентом на об'єкти культурної спадщини [3, 78].

Водночас у межах програми «Культура і творчість» реалізовано проєкт «Індикатори культури для розвитку» (Culture for Development Indicators), який став дослідницькою ініціативою ЮНЕСКО, спрямованою на допомогу людям і громадам у розширенні можливостей вибору способу життя та адаптації до змін. Було розроблено певну систему індикаторів, які висвітлювали рівень впливу культурного сектору на національне, економічне зростання.

Водночас багаторічний досвід Євросоюзу та Великої Британії показав, що спільні зусилля культурних організацій можуть впливати на покращення ситуації. Наприклад, «Європейська культурна дія» (Culture Action Europe) може бути прикладом співпраці представників культури на вищому рівні, але в ЄС активними є і мережі вужчого тематичного спрямування, серед яких:

– Europe Nostra, заснована у 1963 році, до якої входять організації із 50 країн і яка виступає за збільшення бюджетів для європейських музеїв;

– The European Cultural and Creative Industry Alliance – міжгалузевий альянс, до якого увійшли п’ять національних мереж і понад 400 підприємств, які є представниками креативних індустрій і виробників товарів люксового сегменту споживання. Взагалі європейські мережі мають чітку спеціалізацію і практично не конкурують одна з одною, а, навпаки, долучаються до спільних міжсекторальних проєктів [3, 77].

У свою чергу, з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну директор Британської Ради в Україні Н. Томас на щорічному форумі «Креативна Україна» наголосив на допомозі в довгостроковій перспективі з відродження і відбудови через реалізацію спільних культурних проєктів, тим самим з 24 лютого 2022 року було збільшено обсяги допомоги, а основним напрямом роботи Ради стало проведення сезонів культури Велика Британія – Україна в партнерстві з Українським інститутом, хоча більшість заходів було перенесено до Великої Британії [15].

Натомість у Києві відбулася Міжнародна конференція-шоукейс «Культурні відносини України та ЄС: підсумки 2022 та 2023 років». Захід організувало Бюро програми ЄС Креативна Європа в Україні з метою представлення успішних українських проєктів за 2022–2023 роки, серед яких:

- Music Export Ukraine – проєкт «Східноєвропейська музична академія» (2022), який включав навчальний курс у гібридному форматі для представників музичної індустрії Болгарії, Чехії, Естонії, Угорщині, Латвії, Литві, Молдові, Польщі, Румунії, Словаччини та України;
- Proto Produkciia – проєкт What's next? Safe cultural multi-spaces for the multidisciplinary reflection of (post)war and (pos)crisis European identity (2022), направлений на створення спільного безпечного та відкритого простору для художників, культурних менеджерів, активістів і громадян у п'яти країнах Європи;
- Pictoric – проєкт Network of Eastern European Design (2023), що реалізується у формі циклічного фестивалю, який відбуватиметься щороку в іншому місті Східної Європи, а саме у Варшаві (2023), Вільнюсі (2024) та Києві (2025);
- Український інститут книги – проєкт Tales of EUkraine (2022), що є міжнародним і спрямованим на підтримку українських дітей вимушених переселенців за кордоном, промоцію дитячих видань і підтримку українських видавців;
- Київський міжнародний фестиваль короткометражних фільмів KISFF (2023);
- Видавництво Астролябія – проєкт, спрямований на поширення європейських літературних творів (2023);
- Yakaboo Publishing – проєкт «Галерея світової прози: європейська візія», у межах якого буде опубліковано серію з 12 творів європейської літератури, які раніше не видавали українською мовою [8].

З урахуванням викликів сьогодення було запущено програму Culture Helps / «Культура допомагає» за фінансування ЄС, яка підтримує проєкти українських та європейських організацій, що інтегрують у нові спільноти людей, які були вимушені переїхати в безпечніші регіони або за кордон за допомогою культурних та мистецьких практик [19].

Culture Helps / «Культура допомагає» включає чотири конкурси на отримання грантів для проєктів (2023–2024), тим самим у межах кожного конкурсу планують підтримати орієнтовно 20 проєктів, а гранти буде розподілено в Україні (70 %) та в країнах Креативної Європи (30 %) від €2 000 до €5 000 [20].

У 2023 році 22 організації, а саме 16 українських та 6 з країн Креативної Європи, отримали гранти на реалізацію своїх проєктів, серед яких:

– ГО «Інститут міської культури» на базі «Креативного КЛАСтеру Na пошті» реалізовує проєкт «Тернопільський тимчасовий театр», у межах якого тимчасово переміщені люди беруть участь у майстер-класах з акторської майстерності, діляться своїми історіями, які стануть основою п'єси «Без назви»;

– ГО «Коло Мамая» в співпраці з Музеєм історії міста Кам'янське створили проєкт «Літня школа гідів "Історія навколо нас"», у межах якого досліджують новий історико-культурний простір і створюють власні стартапи з промоцією історичного минулого краю;

– ГО «PostBellum-Україна» записала серію інтерв'ю з тими, хто був вимушений покинути у 2014–2015 роках Донецьку, Луганську область та Крим через війну та переїхати до Львова;

– ГО «Народний Дім Глибоччини» знайомить людей, що тимчасово проживають у селищі Глибока, з традиційними промислами Буковини;

– ГО «Культурні Географії» спільно з дизайнером та ілюстратором Є. Величевим провели воркшопи з дизайну одягу для українських дітей у Варшаві, у Познані організація Logos Polska інтегрує українських дітей у нову громаду через майстер-класи, екскурсії, тренінги та арттерапію;

– ГО «Фонд культурної спадщини "Оберіг"» реалізовує проєкт «Яскраве дитинство» в Збаражі Тернопільської області, у межах якого для дітей проводять тематичні екскурсії, майстер-класи із живопису, плетіння та гончарства, а також зустрічі з психологом;

– ГО «Агенція "Креативна Сумщина"» провела триденне навчання працівників закладів культури Сумщини з використання методів арттерапії для інтеграції людей, що вимушено переїхали в новий регіон;

– Чигиринська обласна благодійна організація «Фонд розвитку Чигиринщини» проводить серію просвітницьких заходів на теми історії та культурної спадщини Чигиринщини;

– благодійний фонд «Заново» (м. Київ) провів дитячий мініфестиваль культури та мистецтва «Ми вдома», на якому були представлені майстер-класи з малювання маслом, виготовлення свічок, створення ляльки-мотанки та показана вистава лялькового театру, де дітям в ігровій формі розповіли низку фактів з української історії;

– Організація «Джерело підтримки» (м. Дніпро) провела серію подій з інтеграції людей у місцеву громаду, серед яких екскурсії, кіноперегляди, концерти, квести та арттерапія для дітей;

– Луганська обласна універсальна наукова бібліотека реалізовує проєкт «Мандрівний культурний шелтер Луганщини», що складається з антилекцій з української літератури, дискусій, фотовиставок, квартирників та дитячих творчих майстерень у різних містах України, зокрема вже провели заходи у Черкасах та Дніпрі;

– Тернопільська обласна універсальна наукова бібліотека створила простір, де можна безкоштовно отримати фахову психологічну консультацію від

спеціалістів-психологів, а також планується серія мистецьких майстер-класів і психотерапевтичних занять для дітей і дорослих;

– Запорізький обласний центр молоді реалізовує мистецький проєкт The united by Art, у межах якого провели три експозиції, а саме харківського художника М. Тати, фотографа Д. Соловйова про український модернізм та художниць Вікторії та Ольги Коренєвої, О. Білай та Р. Бондаренко про абстрактне мистецтво;

– Анімаційна студія «ІМАГО» провела майстер-класи з анімації для підлітків зі створення власних героїв мультфільмів, а також презентують фільм, який створили учасники майстер-класу [20].

Ці проєкти показали, що попри складні умови функціонування закладів культури, громадських організацій тощо, вони все ж таки підтримують культурний розвиток суспільства, адаптуючи громадян через мистецтво до викликів сьогодення.

Отже, практичний досвід показує, що європейські культурні мережі мають чітку спеціалізацію і долучаються до спільних міжсекторальних проєктів. Важливу роль у відносинах України та ЄС відіграє реалізація спільних міжнародних культурних проєктів, зокрема в межах програми «Креативна Європа». Україна бере участь у європейських культурних проєктах і програмах, що сприяє культурному розвитку суспільства, виходу культурних організацій на якісно новий рівень, пошуку партнерів в інших країнах Європи та повноцінній взаємодії з ними в межах європейських мереж і платформ, а в сучасних умовах, за рахунок грантової підтримки, здійснюється допомога закладам культури, зокрема в наданні актуальних послуг населенню, що засвідчує низка успішно реалізованих проєктів.

## 3.4. Неформальні освітні проєкти для менеджерів соціокультурної діяльності

В Україні є потреба в модернізації системи підготовки фахівців у сфері соціокультурного менеджменту, зокрема проєктного, оскільки сучасний менеджмент поєднує культуру, бізнес та освіту, відповідно необхідно володіти певними знаннями та навичками. І хоча в Україні є багато талановитих митців, але професійно організованих і комерційно успішних мистецьких проєктів досить мало [3, 78].

У минулі часи під менеджментом культури розуміли управління культурними організаціями, такими як театри, музеї, галереї, клуби тощо. Однак нині цей термін набуває ширшого тлумачення, а саме: це творча діяльність, спрямована на забезпечення більш різноманітного та динамічного культурного життя суспільства та задоволення духовно-культурних потреб людини. Тому під культурним менеджментом слід розуміти не лише управління закладами культури, а й діяльність, спрямовану на регулювання процесів у цій сфері, що впливають на економічну, політичну, соціальну та духовну складові життя суспільства [2, 11].

До сучасних менеджерів висувають вимоги володіння певними знаннями та навичками стосовно впровадження інновацій. За останні роки в Україні було організовано численні тренінги з проєктного менеджменту та фандрейзингу як для державних закладів культури, так і недержавних, як наслідок, керівники

бібліотек, музеїв та клубів подавали проєктні заявки на гранти, багато з яких вигравали та реалізували не один проєкт.

Свого часу держава намагалася допомогти менеджерам культури здобути відповідні знання, зокрема здійснювалася співпраця між культурними менеджерами та їхніми організаціями з України та країн ЄС. Наприклад, міжнародний проєкт Tandem Ukraine 2016–2017 років (півторарічна інтенсивна програма) мав на меті навчити культурних менеджерів реалізовувати креативні ідеї. Програма включала:

– робочі візити до партнерських організацій;

– міжнародні зустрічі з навчальними сесіями за принципом «рівний – рівному», модераторами яких були досвідчені тренери;

– початкове фінансування партнерського пілотного проєкту;

– залучення до мережі Tandem [2, 13].

У свою чергу, програма Фонду Роберта Боша «Культурні менеджери з Центральної та Східної Європи» (Німеччина) допомагала молодим фахівцям з вищою освітою набути кваліфікацію в галузі культурного менеджменту, а вихідцям з постсоціалістичних країн надавали однорічну стипендію. Програмою було передбачено навчання плануванню проєктів, роботі в групах та з пресою і громадськістю, пошуку фінансування проєктів, а також маркетингу у сфері культури [2, 13].

В Україні для професійного росту працівників культурного сектору та розвитку співпраці між ними функціонує львівська громадська організація Центр культурного менеджменту, яка заснована у 2002 році і реалізує низку культурних проєктів. Наприклад, у 2010–2013 роках за підтримки Європейського культурного фонду Центр культурного менеджменту координував процес створення Української культурної мережі, спрямованої на розвиток співпраці між фахівцями з культурного менеджменту, митцями, журналістами та всіма зацікавленими сторонами.

У процесі створення Мережі організація реалізувала низку корисних проєктів, серед яких «Резиденції для менеджерів культури», реалізований у 2013 році в одинадцяти містах України з метою розширення професійних зв'язків, налагодження співпраці між культурними організаціями та створення професійної мережі менеджерів культури і митців, а також збагачення досвіду міста й громади, у якому перебував резидент, підтримки мобільності та обміну досвідом менеджерів культури [2, 13].

Центр культурного менеджменту реалізує проєкти, зокрема, спрямовані на підтримку фахівців сфери культури. Наприклад, Центр культурного менеджменту відкрив прийом заявок на програму «Креативні продюсери» у 2023–2024 роках. Програма надає можливості професійного розвитку від Британської Ради для продюсерів з Вірменії, Азербайджану, Грузії, Казахстану, Туреччини, України, Узбекистану та Західних Балкан, а учасники співпрацюватимуть з відомою продюсерською агенцією Curated Place (Велика Британія).

Метою програми є створення стійкої спільноти фахівців креативного сектору, які орієнтуються на локальне середовище, підтримують зв'язки з міжнародними контактами та розуміють усі аспекти креативної продюсерської діяльності [1].

Програма спрямована на популяризацію професії креативного продюсера, який працює в міжнародному мистецькому секторі, шляхом формування нових знань та навичок, необхідних для реалізації творчих проєктів.

Одним із кращих освітніх стартапів став Creative Management Camp. Наприклад, у 2016 році команда Конгресу активістів культури як ментори та викладачі долучилася до тримісячного навчального курсу для менеджерів культурних проєктів під назвою Creative Management Camp, який базувався на трьох принципах:

1) Creative (спілкування з найкращими представниками креативної індустрії, вивчення кейсів та стажування);

2) Management (сучасна теорія та інтенсивна практика з проєктного менеджменту, організації подій та розвитку бізнес-теорії);

3) Camp (практика генерації ідей, робота в команді, індивідуальні завдання) [3, 80].

За кілька місяців інтенсивного навчання слухачі пройшли 10 етапів створення культурного проєкту, зустрілися з лідерами соціокультурної сфери, ознайомилися з інсайдерськими кейсами, зокрема проєктними кейсами, серед яких:

– Артцентр Павла Гудімова «Я Галерея», Port Creative hub, Art Management, CANactions, OK Project, BOtaN, Comma, всеукраїнська платформа соціальних інновацій Big Idea, Культура 2025 і Конгрес активістів культури;

– фестивалі ГОГОЛЬFEST, Docudays UA, Ulichnaya Eda, Don‘t Take Fake, The New Old і Кураж Базар, Hackraft Software Conference тощо [2, 14].

Варто зазначити, що вже через місяць після запуску Creative Management Camp був номінований на премію Grant's «Золотий Аристократ» як один з найкращих освітніх стартапів 2015 року, оскільки отримав багато позитивних відгуків від професіоналів культурної сфери, а також від таких ЗМІ, як Platforma, Chernozem, The People, Радіо Сковорода, Радіо Аристократи та Громадська культура [3, 80].

Рагнар Сіїл, естонський фахівець у сфері креативних індустрій та експерт програми ЄС Східного Партнерства «Культура та креативність», підкреслює, що неформальна культурна освіта є дуже важливою, але слід чітко розрізняти неформальну освіту для дітей і молоді та неформальну освіту для дорослих (так зване «навчання впродовж життя») [3, 79].

В Україні почали з'являтися проєкти неформальної освіти, які заповнюють прогалини у формальній освіті. Сьогодення вимагає ґрунтовної підготовки від фахівців, тим більше, якщо проєкти реалізують на перетині урбанізму, креативних індустрій та культури.

У лютому 2019 року Інститут культурної стратегії та Strefa Kultury Wrocław підписали меморандум про співпрацю і так запустили навчальну програму підвищення кваліфікації Lwowro для менеджерів культури.

Діяльність Strefa Kultury Wrocław базується на трьох основних напрямах: майданчики, фестивалі та програми, що включають компоненти розвитку громад, подієву, освітню і грантову складову.

У межах програми щороку оголошують відкритий конкурс для менеджерів, які провадять культурну діяльність у Львові чи Львівській області. Програма

проходить два етапи – у Вроцлаві та Львові. У Вроцлаві відібраним учасникам пропонують програму, яка включає зустрічі з експертами у сфері культури, відвідування головних культурних інституцій міста, семінари та майстер-класи, а також публічні освітні заходи, спрямовані на професійне культурне середовище [22].

Наприклад, у 2019 році до програми було відібрано шість учасників, які під егідою польських експертів досліджували питання колективної пам'яті та розглядали методи збору усної історії. У співпраці з Krakowskie Biuro Festiwalowe вони вивчали:

– дослідження про взаємодію літератури та бізнесу (на прикладі Кракова);

– особливості відбору літератури та мистецтва в спеціалізованих установах (на прикладі в'язниці);

– побудову ефективної команди в групі культурних проєктів тощо [22].

Починаючи з 2020 року, програма Lwowro реалізовувалася онлайн за участі восьми менеджерів зі сфер візуального мистецтва, кіно, музеїв та літератури та була продовжена у 2021 році.

В останні роки фахівці зазначають про брак фахового менеджменту у сфері культури, а тому для вирішення проблеми реалізують освітні проєкти, зокрема безкоштовні онлайн-курси, які стартували в лютому 2022 року, серед них такі:

1. Arts and Culture Strategy від Пенсильванського університету є безкоштовним курсом (5 тижнів) від глобальної платформи Coursera. Основне завдання програми: навчити керівників менеджерити свої громадські організації та забезпечувати їхній сталий розвиток, навчити балансувати між економічною вигодою і «доставкою» цінностей; навчити знаходити свою місію, місце на ринку; навчити зацікавлювати стейкхолдерів та знаходити гроші для своєї організації тощо.

2. «Проєктний менеджмент у культурі» від Culture & Creativity та House of Europe – це мінікурс, який запустили на сайті, створеному в межах програми ЄС для підтримки культури в країнах Східного партнерства, який складався із шести ознайомчих лекцій із розробки культурних проєктів від команди Creative Management Camp.

3. The Cycle від Меріленського університету – це курс на Coursera від викладачів університету в Меріленді присвячений ефективному менеджменту культурних та мистецьких організацій, зокрема як створювати стратегії та в чому переваги довгострокового планування для організації; що таке програматик і як працює маркетинг в інституціях; як створити потужну спільноту та ефективно фандрейзити.

4. «Написання проєктних заявок» від Culture & Creativity – ресурс «Культура і Креативність» розробив курс, лекції якого присвячені вибору й аналізу проблеми, що є ключовою для проєкту, цілям, завданням і результатам культурного проєкту.

5. Arts and Heritage Management від Університету Бокконі – курс, розроблений для тих, хто вже працює у великих інституціях, а саме: музеях, мистецьких центрах тощо, а основними темами програми є співпраця менеджера і куратора, проблеми, з якими зіштовхуються інституції сьогодні, комунікація зі спільнотами та аудиторією [11].

Зрозуміло, що вищий професійний рівень культурного менеджменту, то потужнішими є мистецькі проєкти. Одним з інструментів професіоналізації, зокрема менеджерів культури, є мапа компетенцій, яка є візійним визначенням кваліфікації конкретного фахівця, поділеним на конкретні компетенції, тобто перелік вмінь, необхідних менеджерам культури для ефективної роботи. Мапа компетенцій може допомогти менеджерові культури структурувати свій професійний розвиток. Розробка мапи компетенцій відбуватиметься в межах проєкту «Сила тут», що реалізується за підтримки Європейської комісії [10].

Реалізація проєкту «Сила тут: Стала багатоцентрова екосистема культури» розпочалася в грудні 2021 року, але через повномасштабне вторгнення Росії в Україну початковий план проєкту було змінено. Проєкт має на меті посилити спроможність локальних культурних гравців та горизонтальні зв'язки між ними. Впродовж багатьох років «Інша Освіта» обирає для своїх культурно-освітніх проєктів регіони, села та містечка, віддалені від класичних «культурних столиць».

Цілями та напрямами проєкту є:

– підтримка, збереження культурної спадщини на територіях, що постраждали від воєнних дій, а також онлайн-документація, архівування культурної спадщини та творів мистецтва;

– екстрена допомога діячам культури, їхнім сім'ям, організаціям та посилення стійкості культурних інституцій, менеджерів культури й працівників;

– підтримка діяльності митців, створення умов для роботи в Україні та підтримка презентації українського мистецтва за кордоном;

– підтримка досліджень та аналізу локального культурного контексту як елемента, якого бракує екосистемі;

– підтримка сталого розвитку громадських організацій, зміцнення горизонтальних зв'язків, підтримка організацій у реалізації ініціатив у сфері культури та освіти [14].

У період 2022–2024 років «Інша Освіта» працюватиме над такими програмами, спрямованими на посилення культурних акторів:

– програма «Сила тут: Жива культурна спадщина», яка допоможе малим громадам працювати з культурно-історичною спадщиною та інтегрувати її у свій стратегічний розвиток;

– програма «Сила тут: Культурний менеджмент», що передбачає створення мапи компетенцій для культурних менеджерів, а також розширення та апробацію навчального курсу «Проєктний менеджмент у культурі»;

– програма «Сила тут: Локальне мистецтво», спрямована на дослідження локального мистецтва, співпрацю з локальними мистецькими спільнотами та створення мистецьких проєктів, які будуть осмислювати соціокультурне середовище міста [13].

Отже, виклики сьогодення спонукають фахівців сфери культури опанувати нові технології, сформувати нові знання, впровадити інновації через проєктну діяльність, тим самим надавати якісні послуги та продукти. А тому нині культурна неформальна освіта є досить важливою, адже що вищий професійний рівень культурного менеджменту, то якісніші, зокрема, і культурно-мистецькі проєкти. Також до сучасних менеджерів висувають вимоги щодо опанування професійних

знань та відповідної практики впровадження інновацій. В Україні проводять численні тренінги, воркшопи, реалізують освітні проєкти та програми з проєктного менеджменту, фандрейзингу тощо, які допомагають культурним менеджерам набути відповідні знання для успішної практичної діяльності.

## *Висновки*

У сфері культури останніх років практика впровадження та реалізації проєктів показала ефективність цієї форми соціокультурної діяльності. Соціокультурне проєктування певною мірою відповідає за культурний розвиток, оскільки проєктна діяльність є інноваційною та творчою і сприяє модернізації соціокультурного середовища. Інновації в соціокультурній сфері спрямовані на створення нового культурного продукту або форм організації культурного процесу та креативних технологій для задоволення культурних потреб сучасної людини, зокрема через проєктну діяльність.

Соціокультурне проєктування як форма організації та управління допомагає адаптувати як традиційні, так й інноваційні напрями культури до нових економічних умов. А в умовах децентралізації культурної сфери проєктна діяльність сприяє підприємницькій активності культурних організацій та установ і є важливим чинником залучення необхідних ресурсів до сфери культури.

Завданням проєктувальника є покращення соціокультурного середовища людини через проєктну діяльність, а успіх проєкту значною мірою залежить від рівня володіння технологією грамотного аналізу конкретної ситуації, розробки та його реалізації.

Водночас одним із пріоритетних напрямів соціокультурного проєктування так і залишається регіональне, яке є досить складним процесом і базується на вивченні регіональної специфіки та особливостей, а також виявлення проблем, притаманних конкретному регіону.

Втім реалізація спільних міжнародних культурних проєктів має важливе значення у відносинах між Україною та ЄС, оскільки допомагає ефективно співпрацювати з фахівцями з інших країн, розробляти та реалізовувати спільні культурно-мистецькі проєкти.

Європейська культурна спільнота пропагує переконання, що культура, зокрема спільна культурна політика, має бути основою євроінтеграційних процесів, тим самим було створено альянс «Європейська культурна дія» для відстоювання інтересів культурних організацій та їх фінансування. Альянс має на своєму рахунку досить велику кількість гучних адвокаційних кампаній, серед яких «Ми – більше» (We are more), у результаті якої Єврокомісія схвалила масштабну програму «Креативна Європа», що здебільшого отримала позитивні відгуки з боку альянсу. Щодо України, то участь у програмі «Креативна Європа» надала можливість брати участь у реалізації загальноєвропейських програм розвитку, шукати партнерів в інших європейських країнах та взаємодіяти з ними в межах європейських мереж і платформ.

Внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну, Британська Рада надаватиме допомогу в довгостроковій перспективі з відродження і відбудови

через реалізацію спільних культурних проєктів. А з урахуванням викликів сьогодення було запущено програму Culture Helps / «Культура допомагає» за фінансування ЄС, яка підтримує проєкти українських та європейських організацій, що інтегрують у нові спільноти людей, тим самим у 2023 році 22 організації, а саме 16 українських та 6 з країн Креативної Європи, отримали гранти на реалізацію своїх проєктів. Також відбулася Міжнародна конференція-шоукейс «Культурні відносини України та ЄС: підсумки 2022 та 2023 років», яку організувало Бюро програми ЄС Креативна Європа в Україні, з метою представлення успішних українських проєктів за 2022–2023 роки. Ці проєкти показали, що попри складні умови функціонування закладів культури, громадських організацій тощо, вони все ж таки підтримують культурний розвиток суспільства, адаптуючи громадян через мистецтво до викликів сьогодення. За рахунок грантової підтримки здійснюється допомога закладам культури, зокрема в наданні актуальних послуг населенню, що засвідчує низка успішно реалізованих проєктів.

При цьому в Україні є потреба в модернізації системи підготовки фахівців у сфері соціокультурного менеджменту, зокрема проєктного, оскільки до сучасних менеджерів висувають вимоги володіння певними знаннями та навичками стосовно впровадження інновацій.

За останні роки в Україні було організовано численні тренінги з проєктного менеджменту та фандрейзингу як для державних закладів культури, так і недержавних, реалізовано міжнародні проєкти, зокрема Tandem Ukraine, який мав на меті навчити культурних менеджерів реалізовувати креативні ідеї, програма Фонду Роберта Боша «Культурні менеджери з Центральної та Східної Європи» допомагала молодим фахівцям з вищою освітою отримати кваліфікацію в галузі культурного менеджменту, проєкт «Резиденції для менеджерів культури», спрямований на співпрацю між культурними організаціями та створення професійної мережі менеджерів культури і митців, а також Інститут культурної стратегії та Strefa Kultury Wrocław запустили навчальну програму підвищення кваліфікації Lwowro для менеджерів культури. Втім одним із кращих освітніх стартапів став Creative Management Camp, направлений на навчання зі створення культурного проєкту.

В останні роки фахівці зазначають про брак фахового менеджменту у сфері культури, а тому для вирішення проблеми реалізують освітні проєкти, зокрема безкоштовні онлайн-курси. Також одним з інструментів професіоналізації, зокрема менеджерів культури, є мапа компетенцій, яка є візійним визначенням кваліфікації конкретного фахівця, поділеним на конкретні знання, навички та компетенції, необхідних менеджерам культури для ефективної роботи. Розробка мапи компетенцій відбуватиметься в межах проєкту «Сила тут», що реалізують за підтримки Європейської комісії.

Нині культурна неформальна освіта є досить важливою, адже що вищий професійний рівень культурного менеджменту, то якісніші, зокрема, і культурно-мистецькі проєкти. В Україні проводять численні тренінги, воркшопи, реалізують освітні проєкти та програми з проєктного менеджменту, фандрейзингу тощо, які допомагають культурним менеджерам набути відповідні знання для успішної практичної діяльності.

***Список використаних джерел***

1. Відкритий конкурс програми «Креативні продюсери» 2023-2024. URL: https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/open-call-creative-producers-2023-2024 (дата звернення: 20.02.2024).

2. Головач Н. Менеджмент культури в контексті сучасних соціокультурних перетворень. Культура і сучасність. 2017. № 2. С. 10–15. URL: https://journals.uran.ua/kis/article/view/234370 (дата звернення: 23.03.2024).

3. Головач Н. Менеджмент культури в умовах модернізації галузі культури України. *Економіка і менеджмент культури*. 2018. № 1–2. С. 74–81. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/nauka/vydannia/ekonomika/EMI_1_2_2018.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

4. Головач Н. Потенціал культурних послуг у сучасних умовах розвитку українського суспільства. *Культура і сучасність*. 2021. № 1. С. 210–215. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/3987 (дата звернення: 15.04.2024).

5. Головач Н. Пріоритетні напрями соціокультурного проектування в сучасному українському суспільстві. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури* : зб. наук. пр. Київ : Міленіум, 2017. Вип. 39 С. 26–33. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/nauka/vydannia/AP-39.pdf (дата звернення: 26.03.2024).

6. Гранти для культури. Грантова підтримка культурної сфери. URL: https://www.youtube.com/watch?v=jezyCm0tlX4 (дата звернення: 26.03.2024).

7. Івановська Н. В., Шульгіна В. Д., Яковлев О. В. Соціокультурне проектування в мистецтві: теорія та практика : підручник. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2018. 196 с.

8. Культурні відносини України та ЄС: у Києві показали успішні проєкти 2022–2023. URL: https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20231212-kulturni-vidnosyny-ukrayiny-ta-yes-u-kyyevi-pokazaly-uspishni-proyekty-2022-2023/ (дата звернення: 20.03.2024).

9. Культурні проєкти змінюють ставлення до України в світі, а подекуди формують з нуля – МКІП. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3544208-kulturni-proekti-zminuut-stavlenna-do-ukraini-v-sviti-a-podekudi-formuut-z-nula-mkip.html (дата звернення: 24.03.2024).

10. Мапа компетенцій для менеджерок та менеджерів культури. URL: https://insha-osvita.org/mapa-kompetentsii-dlia-menedzherok-ta-menedzheriv-kultury/ (дата звернення: 26.03.2024).

11. Мигашко О. Де навчитись культурному менеджменту? 5 безкоштовних онлайн-курсів. URL: https://gwaramedia.com/de-navchytys-kulturnomu-menedzhmentu-5-bezkoshtovnyh-onlajn-kursiv/ (дата звернення: 28.03.2024).

12. Реалізація та фінансування культурних проєктів – міст до налагодження ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями в Україні та ЄС. URL: https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2019/kulturni%20proekty.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

13. Сила тут: Інша Освіта запускає дворічний проєкт для посилення локальних культурних гравців. URL: https://insha-osvita.org/syla-tut-insha-osvita-zapuskaie-dvorichnyi-proiekt-dlia-posylennia-lokalnykh-kulturnykh-hravtsiv/ (дата звернення: 24.03.2024).

14. Сила тут / Be Strong. URL: https://insha-osvita.org/project/1286-2/ (дата звернення: 24.03.2024).

15. Спільні культурні проєкти з Україною: Британська Рада готова допомагати в довгостроковій перспективі. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3629540-spilni-kulturni-proekti-z-ukrainou-britanska-rada-gotova-dopomagati-v-dovgostrokovij-perspektivi.html (дата звернення: 10.04.2024).

16. Субгранти для культурних проєктів. Друга хвиля. URL: https://platform.izolyatsia.org/ua/contest/4946842b-751f-45da-90c2-0e15482cd63d (дата звернення: 25.03.2024).

17. Центр культурного менеджменту. URL: https://www.kultura.org.ua/?p=302 (дата звернення: 21.03.2024).

18. Як повідомлялося, Міністерство культури та інформаційної політки закликає громадськість долучитися до обговорення плану культурного відновлення України. URL: https://chaszmin.com.ua/39-000-grn-konkurs-pitchyngu-kulturni-ponedilky/ (дата звернення: 20.03.2024).

19. Culture Helps / «Культура допомагає»: гранти на проєкти для інтеграції через культурні заходи. URL: https://gurt.org.ua/news/grants/91553/ (дата звернення: 21.03.2024).

20. Culture Helps / «Культура допомагає»: новини та можливості від учасників та учасниць. URL: https://insha-osvita.org/1615-2/ (дата звернення: 20.03.2024).

21. Kopiievska O., Dobrovolska V., Holovach N., Filina T., Reva T.. The Innovative Projects of the United Territorial Communities Cultural Institutions: Challenges of Nowadays. *IEEE 18th International Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT)* (Львів, 19–21.10.2023). Львів. DOI: 10.1109/CSIT61576.2023.10324207.

22. LWOWRO – освітня програма для менеджерів культури. URL: https://isc.lviv.ua/lwowro/ (дата звернення: 26.03.2024).

23. «Ukraine Now and Forever»: Держава презентує об’єднаний бренд української культури в світі #StandWithUkraine. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/ukraine-now-and-forever-derzhava-prezentuye-obyednanij-brend-ukrayinskoyi-kulturi-v-sviti-standwithukraine (дата звернення: 20.03.2024).

***Цитування розділу 3:*** Головач Н. М.. Соціокультурне проєктування в сучасних умовах розвитку українського суспільства. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 46–63.

## Розділ 4

# КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: МІСЦЕ ТА ФУНКЦІЇ В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

Стрімке зростання в останні десятиліття значущості культурної дипломатії пов'язане із поширенням у сучасному світі стратегій й технологій корегування суспільної свідомості як передумови досягнення відповідних політичних цілей та глибинних змін суспільно-політичної реальності, відомих як «м'яка сила» та «публічна дипломатія», та утвердження *нової парадигми міжнародних відносин – геоінформаційної,* у якій вирішальним фактором системи світової політики стали інформаційні потоки та корегування масової свідомості.

Культурна дипломатія виступає перспективною та важливою складовою системи сучасних інформаційно-культурних комунікацій України [див.: 1–5]. Узагальнені сучасні науково-нормативні погляди ми формулюємо із таких значень явища культурної дипломатії:

1. Унормована в концептуально-правовому та інституціональному відношенні, цілеспрямована діяльність держави та суспільного сектору із поширення за кордоном відповідної культурної інформації (продукту) та організації культурно-просвітницьких та мистецько-художніх заходів (установ) з метою забезпечення зовнішньополітичних інтересів держави та сприятливих міжнародних умов її суверенного існування.

2. Соціокультурний інститут – сукупність спеціалізованих державних відомств (установ, закладів), приватних установ, громадських об'єднань та окремих громадян, котрі на функціональній або добровільній основі здійснюють провадження культурної дипломатії (або окремих її складових).

3. Один із напрямів сучасної специфічної дипломатії та «інноваційної» дипломатії, сукупність прийомів, методів і практичних заходів, що їх розробляють і реалізовують органи зовнішніх відносин і / або інші уповноважені державні органи, які підтримують дипломатичну діяльність держави трансляцією зразків національної культури на зарубіжну аудиторію.

При цьому під поняттям «культура» маємо на увазі широке коло цивілізаційних ознак (явищ) – не лише мистецтво, але й наука, освіта, нематеріальна спадщина, система цінностей, ментальність, мова, досвід побудови громадянського суспільства.

### 4.1. Історичні форми культурної дипломатії України у XX столітті

Попри відносну новизну сучасних уявлень та інституцій культурної дипломатії, вектор міжнародних культурних (інформаційно-гуманітарних) зв'язків нараховує понад століття в історико-культурному й зовнішньополітичному минулому національної державності. За доби Української Народної Республіки (УНР) періоду Директорії (грудень 1918 – листопад 1920), попри вкрай несприятливі міжнародні та воєнно-політичні умови існування, розгорталися культурно-інформаційні заходи, спрямовані на зарубіжні політичні кола та громадськість

(які загалом залишалися незадовільно поінформованими про державотворчі пошуки й культурно-цивілізаційні здобутки українського народу). Основними робочими органами МЗС УНР зі здійснення інформаційно-культурної роботи стали відповідний підрозділ центрального апарату відомства та дипломатичні представництва республіки за кордоном [про культурну дипломатію УНР див.: 6; 7].

Незважаючи на об'єктивні труднощі у справі розгортання інформаційної праці за кордоном українська дипломатія не відмовлялася від активних дій на цьому відповідальному терені. Свідченням цьому можуть слугувати спроби місій УНР налагодити видання власних періодичних органів, через які за кордоном поширювалася культурологічна інформація. Зокрема, у 1919 р. посольство УНР в Болгарії налагодило випуск болгарською мовою неперіодичного журналу «Українське слово». Спільно із громадськими колами цієї держави представництво випустило 17 номерів двотижневика «Українсько-Болгарський Преглед». Крім інформативних матеріалів про Україну, журнал містив повідомлення про українську історію, мову та культуру, друкував вірші Т. Шевченка, І. Франка та інших митців. Основними читачами видання були українофільські кола болгарської інтелігенції.

До провідних напрямів інформаційно-культурної роботи української дипломатії за кордоном можна віднести й видавничу діяльність. Дипломатичні заклади УНР приділяли помітну увагу видавничій діяльності. Дипмісія УНР в Празі започаткувала серію друкованих видань «Познаємо Україну» з метою пропаганди геополітичної та етнокультурної спільності слов'янських народів. Празьке ж представництво заснувало чесько-українське видавництво «Всесвіт», що дозволило приступити до підготовки й видання більш ґрунтовних праць, зокрема збірника «Культура України» із розвідками з історії національної літератури, мови, музики, театру, архітектури, преси, народної творчості. Готувалися книга С. Дністрянського «Україна», збірники вибраних творів Т. Шевченка й біографічна брошура про Кобзаря, Лесі Українки, О. Кобилянської, В. Винниченка. Суттєву допомогу видавничій діяльності української дипломатії надали закордонні українські видавництва: «Вернигора», «Дзвін», «Українська Мистецька Накладня», «Дніпросоюз», «Літературний інститут», «Олеся» та ін., розташовані у Відні.

Інформаційно-культурну діяльність за кордоном передбачали розвивати й через можливості Міністерства преси і пропаганди УНР (МПП) та його «Культурну раду». Один з проєктів створення закордонного інформаційного органу МПП передбачав заснування в одній з нейтральних європейських держав Генерального українського агентства інформації і літературної пропаганди. Серед його функціональних підрозділів мали бути Комітет літературної пропаганди та Бібліотека українознавчої літератури.

Цікавою сторінкою історії культурної дипломатії доби Директорії УНР є застосування засобів художньої творчості. Вже у грудні 1918 р. член Директорії (майбутній її голова) УНР Симон Петлюра доручив голові музичного відділу Міністерства народної освіти К. Стеценкові та керівнику етнографічної секції цього ж відділу Олександрові Кошицю організувати пропаганду української справи за кордоном художніми засобами. На початку 1919 р. за кордон виїхала Українська республіканська капела (до 100 учасників), яка отримала статус окремої мистецької

організації при Міністерстві освіти. Капела мала завдання «поширювати за кордоном мистецьку культуру України, показати Західній Європі, що українці справді є окремим народом, який має власну культуру». У європейських країнах Капела дала значну кількість концертів: у Парижі – 7, Швейцарії – 10, Франції – 25, Бельгії – 6, Голландії – 5, Лондоні – 10, Берліні – 22. У липні 1920 р., не отримуючи фінансування, колектив припинив існування. За словами відомого українського письменника та державного діяча Володимира Винниченка, «капела з честю, з великою любов'ю й надзвичайним хистом виконала це трудне і чисте завдання, дала європейській громадськості наочну лекцію високої художньої культури українського народу» [39, 425].

Урядовці УНР, причетні до інформаційно-пропагандистської справи й надалі висували проєкти ведення пропаганди на користь України за кордоном художніми засобами. Так, співробітник Української державної друкарні О. Загорський-Френкель у листі від 8 вересня 1919 р. до посла УНР у Швейцарії запропонував проєкт організації пропаганди засобами театру і кіно в цій державі.

У складі дипломатичного відомства радянської України (УСРР), Народного комісаріату закордонних справ (НКЗС) до 1920 р. також створили відділ преси та інформації. 14 січня 1921 р. партійний діяч та дипломат Е. Квірінг запропонував створити за кордоном Товариство поширення української культури серед українського населення для поширення інформації про УСРР, пропагандистської літератури, завоювання симпатій діаспорних українців.

Згодом у структурі центрального апарату МЗС УРСР створили відділ культурних зв'язків та гуманітарних проблем. Важливою передумовою для розвитку культурних зв'язків із зарубіжними країнами став вступ УРСР в 1945 р. до ООН, інших міжнародних організацій, а 12 травня 1954 р. – до ЮНЕСКО (Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури, створена у 1946 р.). У липні 1956 р. Рада Міністрів УРСР створила постійну Міжвідомчу комісію УРСР у справах ЮНЕСКО, до якої увійшли до 50 представників республіканських відомств, установ, закладів науки і культури. Постійними представниками України при ЮНЕСКО (з 1962), як правило, служили заступники міністрів закордонних справ УРСР [про установи культурних зв'язків УРСР див: 8; 9].

Активна позиція України на міжнародній арені (станом на 1984 р. Українська РСР була членом 16 міжнародних організацій та співпрацювала у 70 їх тимчасових або постійних органах) посилювала інтерес світової громадськості до історії, культури і побуту народу республіки. Значну роль у розвитку зарубіжних зв'язків відігравали Українське товариство культурних зв'язків із закордоном, українська комісія Всеслов'янського комітету СРСР та Український радіокомітет. Розширювалися контакти діячів науки і культури України з діячами науки і культури Англії, США, Польщі, Чехословаччини, Югославії та інших країн.

Значну культурно-просвітницьку роботу вело у 1926–1992 рр. Українське товариство культурного зв'язку із закордоном (з 1959 р. – Українське товариство дружби і культурного зв'язку з зарубіжними країнами), у якому існував відділ культури. Існувало понад 400 територіальних відділень Товариства. В його діяльності на громадських засадах брали участь сотні відомих діячів української

культури та науки, до 40 тис. представників інтелігенції (1991), до 5 тис. (1986) громадських організацій.

Особливого значення (в умовах десталінізації радянського суспільства та розрядки міжнародної напруги) мали культурні зв'язки з українцями за межами України. З 1955 р. для цього активно використовували можливості комітету «За повернення на Батьківщину» зі штаб-квартирою у Берліні. Після ухвалення ЦК КПРС 15 жовтня 1959 р. постанови «Про поліпшення роботи серед переміщених радянських громадян та емігрантів у капіталістичних країнах і про зміни у зв'язку з цим спрямованості діяльності комітету «За повернення на Батьківщину» у жовтні 1960 р. запроваджено Товариство культурних зв'язків з українцями за кордоном (Товариство «Україна», з 1991 р. – Товариство «Україна – Світ»).

Товариство «Україна» мало завдання «зміцнювати культурні зв'язки з українцями за кордоном, всебічно знайомити їх з творчою діяльністю українського народу на рідній землі та життям трудящих Радянського Союзу». Основними формами діяльності Товариства стали обмін делегаціями та окремими діячами культури, науки, техніки; проведення днів культури, урочистих зборів, присвячених видатним датам, вечорів зарубіжної літератури, музики, театру; експонування виставок зарубіжних громадських організацій; шефська робота над іноземними студентами; відсилання за кордон виставок, кінокартин та діафільмів, матеріалів для преси; видання творів українських авторів іноземними мовами і творів зарубіжних авторів українською мовою. Організація влаштовувала зустрічі із закордонними українськими туристами, курси української мови для канадських учителів. Видавали газету для зарубіжних українців «Вісті з України». Серед очільників організації були такі визначні діячі національної культури, як композитор Лев Ревуцький, письменник Юрій Смолич, поет Володимир Бровченко [10–12].

## 4.2. Сучасні погляди на функції та напрями діяльності культурної дипломатії як складової стратегії «м'якої сили» в міжнародних відносинах

У сучасних умовах національного державотворення, розвитку міжнародних зв'язків України та посилення їх «інформаційної парадигми», радикального зростання ролі інформаційно-когнітивних чинників політичного процесу та важливості забезпечення інформаційної безпеки України *провідними факторами інституалізації та прискорення розвитку (особливо з 2016 р.) культурної дипломатії України* виступають:

- якісне зростання ролі інформаційно-гуманітарного і культурного потенціалу («м'якої сили», або soft power) у забезпеченні міжнародно-політичної спроможності держави, її утвердження в модерній світобудові;
- значне піднесення ваги сектору культури та креативних індустрій як чинника суспільного розвитку й стратегії майбутнього;
- підвищення значення чинника інформаційної та культурно-цивілізаційної безпеки в загальній стратегії забезпечення суверенітету й національної безпеки держави;

- формування нової моделі (структури) інституціонально-управлінського поля України із включенням до нього гуманітарних інституцій інноваційного типу (Українського культурного фонду, Українського інституту книги, Національного фонду досліджень України, Український інститут кіно, Мистецький арсенал, Довженко-Центр та ін.);
- помітне розширення програмної діяльності в Україні іноземних культурних інституцій (установ культурної дипломатії на кшталт Гете-Інституту, Британської Ради або Польського інституту) в інтересах утвердження довгострокових позицій політичного та соціокультурного впливу цих держав в Україні;
- зростання активності діаспори та закордонних українців у справі обстоювання інтересів України у світі, необхідність сприяти їм у реалізації національно-культурних запитів [див.: 13–16].

Світовий досвід свідчить про зростаючу вагу культурної дипломатії, підвищення ролі таких функцій дипломатичних представництв, як поширення дружніх відносин між державою акредитації і перебування, розвиток співробітництва в гуманітарній сфері. Поширеною практикою стало створення у структурі дипломатичних представництв спеціалізованих підрозділів з культурної дипломатії, котрі здійснюють обмін кадрами з країною перебування у сфері освіти, науки, культури і спорту, проводять спільні заходи в цих сферах, організовують концерти, виставки, конференції, презентації та інші заходи з метою популяризації культури акредитуючої країни, відкривають мовні курси; засновують національні музеї, бібліотеки, галереї, монументи тощо.

Зусилля з культурної дипломатії здатні поліпшувати міжнародний імідж України як успішної держави, підвищувати конкурентоспроможність національних мистецьких та культурних продуктів на світовому культурному ринку. Водночас *культурна дипломатія є складовою стратегії «м'якої сили» в міжнародних взаєминах*, сприяє популяризації національної культури у світовому просторі, що виступає стратегічним пріоритетом з огляду на завдання євроінтеграційного курсу України [17; 18].

Як відомо, авторство концепції «м'якої сили» (МС, або «м'якої влади», soft power) належить професорові Школи публічної адміністрації ім. Дж. Кеннеді в Гарвардському університеті, члену американської Академії мистецтв і наук, Дипломатичної академії Дж. С. Наю, авторові відомої книги «М'яка сила: засоби досягнення успіху у світовій політиці» (1990). Найважливішими інструментами застосування м'якої сили вважають такі:

– інформаційні потоки;
– політичний піар, орієнтований на закордонну аудиторію;
– глобальний маркетинг;
– позиціонування країни в глобальній ієрархії;
– мова країни і ступінь її популярності у світі;
– *культурна дипломатія*;
– туризм, спорт і культурні обміни;
– система освіти та студентські (молодіжні) обміни;
– здатність вести інформаційні війни;
– міграційна політика;

– підтримка національної діаспори;

– діалог культур.

Водночас культурна дипломатія постає і як один із провідних компонентів публічної дипломатії. Термін *публічна дипломатія* (ПД) запровадив у науковий обіг декан Школи права і дипломатії Університету Тафта Е. Галліон у 1965 р. В основі ПД було покладено діяльність незалежних (або з часткою державного фінансування) від уряду політичних акторів – неурядових організацій, аналітичних і наукових інституцій. Важливими її формами є акції солідарності та підтримки, пошук консенсусу, співпраця, інформаційно-просвітницька діяльність. Як вважали прихильники публічної дипломатії, потужним резервом підвищення привабливості країни слугує розширення іноземного радіомовлення, запровадження міжнародних інформаційних, культурно-освітніх програм, гуманітарних обмінів. Класичне визначення публічної дипломатії передбачає «програми, фінансовані урядом, спрямовані на інформування та здійснення впливу на громадську думку в інших країнах» [37]. Основною формою діяльності в межах ПД вважають маніпуляцію індивідуальною і груповою свідомістю, громадською думкою загалом.

Особливі умови для ефективного застосування арсеналу м'якої сили та культурної дипломатії зокрема зумовили бурхливий розвиток інформаційних, мережевих, комунікаційних технологій, технічних засобів поширення інформації та її фабрикації, сучасних галузей психології, психолінгвістики, психоаналізу, семантики, семіотики. Філософія постмодерну й відомий «лінгвістичний поворот» у суспільних науках створили відповідну теоретико-методологічну основу для «перекодування свідомості» та світу символів-змістів.

Колосальні можливості психоінформаційних та інформаційно-символьних технологій відсунули соціальну реальність на другий план, дали змогу конструювати всеосяжну «віртуальну реальність», події якої існують лише тоді, коли про них повідомляють ЗМІ. Зростає роль закодованих посилів інформації (мемів), адресованих підсвідомій сфері («неявному знанню») людської психіки і мислення.

Поява, по суті, нового типу людини, сформованої цифровими технологіями, руйнація традиційного типу раціональної освіти епохи модерну й Просвітництва, раціонального типу мислення, значне спрощення, примітивізація інтелектуальної сфери людини епохи масової культури значно посилило вплив «символічних ієрархій»», зміна яких багато в чому становить основу МС.

Оскільки головним «полем бою» МС є інформаційний простір, саме там відбувається зіткнення ціннісних орієнтацій, сенсів і поглядів. Виникло поняття «мейнстрим медіапростору» – інформаційний потік, зміст якого ретельно визначає, корегує, цензурує держава або корпоративні сили у своїх інтересах. Провідні ЗМІ інтерпретують відповідні події належним (завданим) чином: визначення на національному та на міжнародному рівнях інформаційного мейнстриму, підтримка його через сукупність різноманітних науково-аналітичних і суспільних інститутів, що дає змогу вибудовувати сталу систему суспільної думки в планетарному масштабі.

Формування мейнстриму спирається на потужну мережу ЗМІ, їх лобістських груп в органах влади та фінансово-промислових групах (олігархічних кланах тощо), відповідну систему підготовки й виховання кадрів співробітників медіа,

гуманітарної інтелігенції. Навіть державні ЗМІ потрапляють у фарватер інформаційної політики зовнішніх сил, що створює передумови для концептуального й інформаційно-психологічного тиску одночасно на політичну, соціокультурну, зовнішньополітичну, фінансово-економічну, безпекову сфери життя держави з подальшим формуванням важелів зовнішнього управління та обмеження державного суверенітету країни.

Квінтесенція МС полягає в маніпулятивній здатності змусити (скерувати) політиків та людські спільноти здійснити такі дії, котрі вони не планували (не хотіли б робити) під впливом переконання, умовляння, мотивування тощо із застосуванням «влади інформації та образів», змістів, вважає автор доктрини. Найбільш точним визначенням МС є «підштовхування до дії» в результаті переформатування свідомості зацікавленою стороною так, що об'єкт, до якого докладають інструменти soft power, діє цілком керовано, вважаючи, що робить це у власних інтересах і з власної волі. Невипадково в контексті американської концепції МС сформувалися поняття і терміни «віртуальна», «медійна» та «іміджеві» дипломатія, які у своїй системній сукупності відображають об'єктивно зумовлене зростання ролі «іміджевих комунікацій» та міжнародного PR у реалізації практичних стратегій урядових програм на міжнародному рівні [див.: 19].

### 4.3. Організаційно-правові та концептуальні засади здійснення культурної дипломатії в Україні

*Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики»* [20] серед наріжних основ зовнішньої політики визначає створення сприятливих умов для задоволення національно-культурних і мовних потреб українців, які проживають за межами України, підтримання з ними сталих зв'язків, забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі, підтримку інтеграції України у світовий інформаційний простір.

Стаття 3 *Закону України «Про культуру»* [21] серед основних засад державної політики в цій сфері визначила пропаганду всієї різноманітності української національної культури за кордоном. Стаття 33 згаданого Закону України визначає, що держава сприяє міжнародному культурному обміну, співробітництву закладів культури, професійних творчих працівників, працівників культури України із зарубіжними партнерами. Відповідно, заклади культури незалежно від підпорядкування, форми власності та організаційно-правової форми, професійні творчі працівники, окремі громадяни мають право самостійно укладати договори (контракти) з іноземними фізичними та юридичними особами про форми співробітництва у сфері культури, брати участь у роботі відповідних міжнародних організацій та фондів, провадити зовнішньоекономічну діяльність у сфері культури відповідно до законодавства.

Закон у статті 34 окремо торкнувся розвитку національної культури за межами України. На державу покладене піклування про задоволення національно-культурних потреб українців, які проживають за межами України, зокрема шляхом сприяння проведенню культурно-мистецьких заходів за кордоном, відкриттю

та діяльності українських національних культурних центрів і національних освітніх закладів в інших країнах.

Принагідно зазначимо, що у 2004 р. затверджено окремий *Закон України «Про закордонних українців»* [22]. Цей акт визначив статус та повноваження Національної комісії з питань закордонних українців як органу при Кабінеті Міністрів України. Стаття 10 цього Закону України визначила пріоритети захисту прав і законних інтересів закордонних українців. До їх числа віднесено задоволення національно-культурних і мовних потреб закордонних українців та захист їхніх прав як національних меншин в інших державах, що є «невід'ємною складовою частиною зовнішньополітичної діяльності України». Уряд України має затверджувати цільову Державну програму співпраці із закордонними українцями.

До повноважень *центрального органу виконавчої влади з питань співпраці із закордонними українцями* віднесено, зокрема, створення сприятливих умов і можливостей для задоволення їх соціальних, культурно-освітніх, мовних, інформаційних та інших потреб, моніторинг забезпечення прав закордонних українців, пов'язаних зі збереженням і розвитком їх етнічної, культурної та мовної ідентичності, надання фінансової підтримки для виконання заходів, що здійснюють громадські організації закордонних українців.

Указом Президента України від 12.01.2015 № 5 було затверджено *Стратегію сталого розвитку «Україна-2020»*. Дорожня карта та першочергові пріоритети реалізації Стратегії передбачають, зокрема, розробку Програми популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Вона передбачає формування позитивного іміджу України як європейської, демократичної, конкурентоспроможної держави, збільшення та оптимізацію присутності України на міжнародних заходах та майданчиках, розширення її присутності в міжнародному академічному, культурному та громадському середовищі, формування і просування бренд-меседжів про Україну як про країну із визначними культурними й історичними традиціями, формування сталих ефективних комунікацій з українською діаспорою та використання її потенціалу.

Розпорядженням КМ України від 11.10.2016 № 739-р схвалено *Концепцію популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі* [23]. Як наголошує цей документ, в умовах формування єдиного світового інформаційного простору й поглиблення процесів інформаційної та економічної інтеграції держав важливою складовою зовнішньої політики і національної безпеки України стає створення позитивного іміджу та просування інтересів держави на міжнародній арені. Ідеться про необхідність підвищення рівня присутності України на міжнародних заходах та інформаційних майданчиках, у міжнародному академічному, культурному та громадському середовищі, забезпечення взаємовигідної співпраці з українською діаспорою щодо популяризації України та українців, просування їх інтересів в інших державах і на міжнародній арені, забезпечення ефективного використання можливостей українських культурно-інформаційних центрів за кордоном, створення системних і комплексних умов для формування позитивного туристичного іміджу.

*Доктрина інформаційної безпеки України,* яку затвердив Указом Президент України від 25.02.2017 № 47 [24] серед національних інтересів України у цій сфері

визначає формування позитивного іміджу України у світі, донесення оперативної, достовірної та об'єктивної інформації про події в Україні до міжнародної спільноти, зміцнення інформаційних зв'язків з українською діаспорою, сприяння збереженню її етнокультурної ідентичності. До провідних національних інтересів України віднесено збереження і примноження духовних, культурних і моральних цінностей українського народу, зміцнення інформаційних зв'язків з українською діаспорою, сприяння збереженню її етнокультурної ідентичності, формування позитивного іміджу України у світі. Механізм реалізації доктрини скеровує на розвиток публічної дипломатії, зокрема культурної, й активізацію скоординованої інформаційної роботи закордонних дипломатичних установ України, участь у міжнародних культурних заходах з метою представлення національної культури та ідентичності, запровадження міжнародних культурних фестивалів в Україні з метою популяризації української культури.

Визнанням розуміння державою зростаючої ваги культурно-інформаційного забезпечення зовнішньополітичної діяльності стало включення у 2020 р. до програми діяльності КМ України відповідного пріоритету (цілі 16.3 із підтримки бізнесу, культури та спорту), який включає публічну дипломатію, інформаційні кампанії за кордоном, спрямовані на створення прихильної громадської думки щодо України. Проєкт Концепції державної політики щодо досягнення цілі 16.3 «Український бізнес, культура та спорт отримують гідну підтримку за кордоном» Програми діяльності Кабінету Міністрів України передбачав у 2020 р. проведення близька 290 культурно-іміджевих заходів за кордоном, з перспективою щорічного зростанням кількості заходів та фінансування на 10 % з метою підвищення рівня поінформованості іноземної аудиторії щодо досягнень громадянського суспільства, традиційної та сучасної культури України. Передбачено розширення кола країн, охоплених діяльністю Державної установи «Український інститут» [25].

### 4.4. Інфраструктура державних органів та установ України, на які покладено реалізацію функцій культурної дипломатії

В Україні культурну дипломатію передовсім здійснюють Міністерство закордонних справ, Міністерство культури та інформаційної політики, Міністерство освіти і науки, інші відомства та установи, неурядові громадські організації і приватні особи [див.: 26].

Зокрема, Міністерство культури та інформаційної політики України (у структурі якого діє Управління міжнародного співробітництва та протоколу), відповідно до Положення про це відомство [27], здійснює заходи, спрямовані на популяризацію культурних надбань українського народу за межами України та світової культури в Україні, залучає представників української діаспори до участі в культурно-мистецьких проєктах та інших видах культурної діяльності; підтримує міжнародний культурний обмін і сприяє співробітництву державних установ, громадських організацій та приватного сектору у сфері міжнародного культурно-мистецького співробітництва.

Розглянемо докладніше міжнародно-культурну діяльність по лінії провідних установ у цій сфері – Міністерства закордонних справ України та державної структури «Український інститут». Одним із головних інструментів поширення за кордоном національного культурного продукту й інформації про культурно-цивілізаційні здобутки українського народу виступає культурна дипломатія як напрям діяльності МЗС України та сукупність спеціалізованих підрозділів (закладів) у структурі центрального апарату МЗС, дипломатичних представництв України, інших культурно-інформаційних закладів (установ, об'єднань) державного й громадського характеру [28].

Серед провідних завдань МЗС, визначених Положенням про це відомство, захист дипломатичними засобами й методами культурних і гуманітарних інтересів держави, реалізація зовнішньополітичного курсу України, спрямованого на розвиток культурних, гуманітарних, наукових та інших зв'язків з іноземними державами, міжнародними організаціями. Перед дипломатією поставлені, зокрема, завдання поширення за кордоном інформації про Україну, її місце і роль у світі для зміцнення позитивного міжнародного іміджу держави, забезпечення закордонних дипломатичних установ України відповідною інформаційною продукцією [29].

Як зазначають дослідники, становлення культурної дипломатії як напряму діяльності МЗС України до 2015 р. відбувалося доволі повільно, не мало належної фінансово-організаційної підтримки (оформлення). У 2009 р., зокрема, створили *Державну агенцію промоції культури України*, хоча її робота фактично не розгорнулася. Проте необхідними кроками на цьому шляху стали: створення в 2011 р. *Фонду культурної дипломатії «UART»* з популяризації України та української культури за кордоном, налагодження співпраці між Україною та іншими країнами, сприяння зближенню культур, підтримка історичної спадщини (сьогодні «UART» має чотирнадцять представництв), діяльність Ради реформ при Адміністрації Президента України за *програмою «Просування інтересів України у світі»* (консолідація роботи державних структур, громадських ініціатив, міжнародних організацій у напрямі розвитку культурної дипломатії). Програма об'єднала зусилля представників державної влади, а також громадських установ: Українського кризового медіацентру, Інституту світової політики, «Реанімаційного пакета реформ», Міжнародного фонду «Відродження».

З метою створення платформи для взаємодії всіх зацікавлених сторін для просування українського культурного продукту у світі та інтеграції України у світовий культурний простір) заснували *Форум культурної дипломатії,* організований МЗС України спільно з Київським офісом Інституту Кеннана (США).

Згодом відбулося створення спеціалізованих підрозділів центрального апарату МЗС, котрі здійснювали управління і координацію роботи у сфері культурної дипломатії. У грудні 2015 р. в структурі Політичного департаменту МЗС України запровадили *Управління публічної дипломатії* (у складі відділів: культурної дипломатії; іміджевих проектів; зв'язків з громадськістю). Проте становлення підрозділу культурної дипломатії відбувалося повільно (три співробітники за штатом, частка на культурну дипломатію в бюджеті МЗС на 2016 р. не перевищувала 7 млн грн), відділ не одержав спеціального бюджету профільних

програм, робота велася із залученням партнерської підтримки та нефінансових ресурсів міністерства. Чинна на той час постанова КМ України №102 (щодо порядку використання коштів на іміджеві завдання) виключала можливості витрат на відрядження і гонорари учасників проєктів культурної дипломатії, заснування грантових програм тощо [30].

Відповідно до постанови КМ України від 11.12.2019 № 1034 «Деякі питання реформування державного управління» та з метою «посилення інституційної спроможності МЗС із формування державної політики у сфері зовнішніх зносин», з 19 грудня 2019 р. наказом Міністра закордонних справ введено в дію нову структуру апарату МЗС України. Показово, що одним із двох Директоратів у складі МЗС став саме *Директорат публічної дипломатії* (38 штатних посад із 640 в центральному апараті МЗС), до компетенції якого віднесено всю публічну комунікацію за кордоном, відносини з іноземною громадськістю та неурядовими об'єднаннями за кордоном, культурну дипломатію, іміджеві заходи на користь України тощо (нині підрозділ носить назву *Департаменту публічної дипломатії та комунікацій*). Крім того, важливі завдання із підтримання культурно-освітніх проєктів для українців за межами України покладені на *Управління закордонного українства та гуманітарного співробітництва.*

Структуру згаданого Директорату утворюють Управління публічної дипломатії та Управління з питань закордонного українства і гуманітарного співробітництва. До основних функцій Директорату (у частині культурної дипломатії) віднесено реалізацію проєктів у сфері покращення міжнародного позитивного іміджу України, розробку нормативно-правових та концептуальних актів у сфері публічної та культурної дипломатії, підтримку діяльності Українського інституту, участь у заходах у сфері публічної та культурної дипломатії, координацію співробітництва міністерств і відомств, творчих колективів, митців із зарубіжними партнерами в межах інформаційно-іміджевих і культурно-мистецьких заходів.

Указ Президента України від 20.02.2006 № 142 затвердив *Положення про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України,* який очолює дипломат у ранзі радника або першого секретаря відповідного дипломатичного представництва України. Кадрове забезпечення та визначення плану діяльності таких центрів здійснюється за погодженням та з урахуванням пропозицій Міністерства культури України. По суті, згадані центри мали виступати міжвідомчими осередками з організації культурно-гуманітарної роботи, адже, поряд із МЗС, діяльність цих підрозділів визначали (за тодішнім найменуванням) Міністерство культури і туризму України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство України у справах сім'ї, молоді та спорту, Державний комітет телебачення та радіомовлення України.

На культурно-інформаційні підрозділи покладені такі завдання:

– сприяння розвитку міжнародного співробітництва України з державою перебування в галузі культури, освіти, науки та техніки, туризму, фізичної культури і спорту;

– поширення в державі перебування інформації про Україну;

– ознайомлення громадян держави перебування з історією і культурою України, сприяння вивченню української мови на території цієї держави;

– підтримання зв'язків з українцями за кордоном, сприяння задоволенню їх культурно-мовних, інформаційних та інших потреб;

– поширення інформації про туристичні можливості і привабливість України, сприяння співробітництву з державою перебування в туристичній галузі.

Станом на грудень 2013 р. в європейських країнах вже існувало 17 культурно-інформаційних центрів у складі закордонних дипломатичних установ України: в Австрії, Бельгії, Білорусі, Болгарії, Греції, Грузії, Естонії, Іспанії, Італії, Молдові, Польщі, Португалії, Румунії, Туреччині, Угорщині, Франції, Чехії. При Посольстві України у ФРН діяла інформаційно-культурна агенція України [31].

До регулярних напрямів діяльності МЗС України впроваджено бюджетну програму «Фінансова підтримка забезпечення міжнародного позитивного іміджу України, забезпечення діяльності Українського інституту, заходи щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України».

Помітну роль у розвитку культурної дипломатії відіграють представники української діаспори, створені ними науково-освітні, академічні, молодіжні, релігійні, культурні організації. Українці за кордоном культурно, інформаційно, політично впливають та сприяють формуванню позитивного іміджу української держави. У багатьох державах з ініціативи української діаспори створені українські центри, які сприяють розвитку міждержавної співпраці, наприклад Український національно-культурний центр (м. Прага), Українського інституту у Швеції.

## 4.5. Діяльність Українського інституту як провідної спеціалізованої установи культурної дипломатії

Особливу роль у розвитку міжнародно-культурній комунікації відіграє Український інститут (УІ) – державна установа, яка представляє українську культуру у світі та формує позитивний імідж України за кордоном.

Як визначають розпорядчі документи, «Український інститут – державна установа, що працює у сфері культурної дипломатії. Діяльність установи спрямована на покращення розуміння і сприйняття України у світі та розвиток її культурних зв'язків з іншими країнами» [32].

У березні 2015 р. Міністерство культури України висунуло ініціативу створити Український інститут (Інституту Тараса Шевченка) та розпочало роботу над Концепцією діяльності інституції.

Інститут був заснований розпорядженням КМ України від 21.06.2017 № 430-р за зразком відомих спеціалізованих установ культурної дипломатії (як-от Британська Рада, Французький інститут, Гете-Інститут, Польський інститут, Інститут Сервантеса) і належить до сфери управління та фінансування МЗС України.

Фактично установа розпочала діяльність лише влітку 2018 р., маючи 12 штатних посад, її очолив професійний культурний менеджер В. Шейко (з 11-річним досвідом керівної роботи у представництві Британської Ради в Україні). У 2018 р. УІ мав бюджет у 20 млн грн (переважно на утримання себе), натомість її директор вважав, що для розгортання роботи за кордоном необхідно щонайменше 200–300 млн грн. Існували плани розгортання з 2021 р. 5–6 представництв

недипломатичного статусу за кордоном [33]. Станом на початок 2024 р. функціонували представництва УІ в Німеччині та Франції.

Структуру УІ становлять адміністрація та відділи: програмний; комунікаційний; інформаційно-аналітичний; юридичний; фінансовий; адміністративний; закупівель.

Ведеться робота із визначення моделі та створення мережі закордонних представництв УІ. На основі аналізу світового досвіду розглядають такі можливі типи зарубіжних філій:

1. Філія або представництво державної установи «Український інститут», створені відповідно до законодавства країни перебування.

2. Неприбуткова організація, зареєстрована за кордоном, яка отримує статус представництва та право здійснювати програмну діяльність від імені Українського інституту відповідно до рамкового договору та узгодженого бюджету.

3. Працівники закордонної дипломатичної установи України, які виконують функції представників (менеджерів) Українського інституту та безпосередньо підпорядковані Інституту в програмних та комунікаційних питаннях.

4. Фізичні особи, резиденти країни перебування, з якими Український інститут укладає трудові договори, уповноважуючи здійснювати відповідну діяльність за кордоном.

Для обговорення концептуальних засад та практики розвитку культурної дипломатії запроваджено фахову платформу «Міжнародний форум культурної дипломатії». У липні 2020 р. МЗС та УІ провели серію дискусій щодо сучасних завдань культурницької діяльності за межами України.

Український інститут визначив такі *пріоритетні завдання своєї діяльності*:

- підвищення пізнаваності України у світі через поширення знання про Україну;
- популяризація української мови та культури за кордоном;
- розбудова міжнародного діалогу через підтримку міжнародних обмінів, забезпечення участі України в проєктах співпраці в галузі креативних індустрій, культури, освіти, науки, економіки та інших сферах;
- поширення українського досвіду розвитку громадянського суспільства, державотворення, відданості цінностям свободи, демократії, національної єдності.

Розроблена Стратегія діяльності УІ на 2020–2024 рр. Нині до провідних форм діяльності Українського інституту віднесено:

- репрезентацію української культури за кордоном;
- забезпечення участі України в ключових культурних, освітніх і наукових подіях світу, міжнародних обмінів та мобільності;
- провадження іміджевих проєктів;
- популяризацію за кордоном української мови та культурних здобутків тощо.

До 2021 р. штатна чисельність установи зросла до 60 посад, бюджет перевищив 122 млн грн. Лише у 2019 р. УІ охопив своїми заходами 11 країн (цільова аудиторія – до 170 тис. осіб), у 49 країнах відбулися заходи із підтримки зв’язків із закордонними українцями, у 52 державах пройшли 149 заходів із забезпечення

міжнародної присутності та забезпечення позитивного іміджу України. Серед заходів установи 84 спрямовували на підтримку української мови, літератури, культури, історії, традицій українського народу, 35 – безпосередньо стосувалися українського мистецтва [34].

За жанрово-змістовною спрямованістю згадані проєкти УІ (на прикладі 2019 р.) розподіляли так: візуальне мистецтво – 33%; музика – 25; кіно – 10%; перформативне мистецтво – 12%; комунікації – 6%; українська мова – 5%; по 1%: робота з діаспорою, академічні проєкти, література.

Окремо необхідно зазначити, що в межах стратегічного курсу України на євроатлантичну інтеграцію відбувається адаптація інституту культурної дипломатії (у більш широкому розумінні – публічної дипломатії) до розбудови системи стратегічних комунікацій України загальнодержавного й відомчих рівнів.

### 4.6. Культурна дипломатія як перспективний компонент системи стратегічних комунікацій України

Вважається, що вперше інструментарій стратегічних комунікацій (СТК) офіційно окреслив у 2009 р. генеральний секретар Ради НАТО А. Расмусен. СТК розуміли як скоординоване використання комунікативних можливостей і діяльності НАТО – *публічної дипломатії,* зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій у разі необхідності підтримки політики Альянсу, операцій і заходів та з метою просування цілей НАТО. Таке саме визначення закріпили й у концептуальному документі від вересня 2009 р. – «Політика стратегічних комунікацій НАТО». У 2011 р. автори колективного дослідження «Стратегічні комунікації та національна стратегія» констатували відсутність єдиного визначення СТК, водночас погоджуючись з існуванням їх основних складових: інформаційні операції, психологічні операції, публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю та «військові зв'язки» з громадськістю.

Концептуальні документи НАТО визначили серед складових СТК застосування щодо адресних аудиторій інформаційно-політичних *механізмів публічної дипломатії* (Public Diplomacy), спрямованих на іноземних політичних лідерів, парламентарів, журналістів, неурядові організації, певні соціальні спільноти, науково-експертні кола з метою формування вигідного для блоку ставлення до його воєнно-політичних дій, підтримання лояльного ставлення до контингентів НАТО з боку місцевого населення.

У країнах Європейського Союзу та їх провідних науково-аналітичних центрах з 2015 р. поштовх до розробки концептуальних засад СТК надала розробка Глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки ЄС. У її межах у червні 2016 р. побачив світ документ під назвою «Спільне бачення, спільні дії: сильніша Європа», котрий визначив п'ять пріоритетів зовнішньої політики ЄС: безпека ЄС, боротьба з тероризмом, кібербезпека, енергетична безпека та стратегічні комунікації. Як зазначено в згаданій Глобальній стратегії, СТК передбачає розвиток публічної дипломатії, активізацію контактів між державними структурами та

громадянською спільнотою і соціальними медіа, заходи з оперативного спростування дезінформації, забезпечення відкритості суспільства.

Станом на 2015 р., зазначав відомий дослідник інформаційно-безпекових проблем Д. Дубов, в Україні були відсутні офіційні документи із визначення статусу стратегічних комунікацій та стратегічного наративу як контентного стрижня засад інформаційної діяльності держави, основ державної політики в цій сфері, а також не було сформовано організаційний механізм системи стратегічних комунікацій в Україні.

Одними з провідних причин включення стратегічних комунікацій у систему управління державою стали необхідність застосування нових технологій для протидії зовнішнім інформаційним впливам на національний інформаційно-комунікаційний простір, захист самобутності культурної та політичної нації, забезпечення інформаційної безпеки. Доктрина інформаційної безпеки України визначила стратегічні комунікації як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави» [24].

Розвиток системи СТК в Україні розпочався з 2014 р. в межах виконання рішень Уельського саміту НАТО та з консультативною і матеріально-технічною допомогою Альянсу, включаючи запровадження загальнодержавного центру стратегічних комунікацій і ситуаційних центрів у складі центральних органів влади. Поширення поняття та заходів (структур), пов'язаних з явищем СТК прискорив Указ Президента України № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 02.09.2015 "Про нову редакцію Воєнної доктрини України"».

Відповідно, у зміст дефініції «стратегічні комунікації» вкладеноя скоординоване й належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій. Документи державної оборонної політики скеровували на створення системи стратегічних комунікацій спільними зусиллями МО, Збройних сил України, інших правоохоронних органів і державних інституцій, причому пріоритетною метою визначено забезпечення інформаційної безпеки України у воєнній сфері.

Стратегічний оборонний бюлетень України визначив розвиток СТК одним з основних напрямів удосконалення системи управління силами оборони. У вересні 2015 р. Україна і НАТО підписали Дорожню карту Партнерства у сфері стратегічних комунікацій. Дослідники явища «системи СТК» виокремлюють 17 її складових (функціональних компонентів), котрі використовують на різних ієрархічних рівнях комунікаційної системи [див. докладніше: 35–38].

## *Висновки*

Отже, в Україні відбулося, з урахуванням світового й вітчизняного досвіду, актуальних потреб забезпечення зовнішньополітичних позицій України у світі становлення *культурної дипломатії як специфічного соціокультурного інституту та важливої складової інформаційно-культурних комунікацій України* із

визначеними нормативно-правовими та концептуальними засадами, функціями, формами й методами діяльності.

Діяльність з культурної дипломатії носить міжвідомчий характер, спирається на відповідні структури в центральному апараті та дипломатичних представництвах МЗС України, афільовану з ними спеціалізовану установу (Український інститут), профільні підрозділи відомства культури й інформаційної політики України, культурно-мистецькі та громадські організації, допомогу об'єднань української діаспори.

Здійснюється стратегічне планування культурно-просвітницької діяльності за межами України, налагоджується співробітництво з урядами та установами культурної дипломатії, неурядовими організаціями з гуманітарної діяльності. Перспективним завданням стає організаційно-функціональна інтеграція культурної (публічної) дипломатії в загальнодержавну й відомчі системи стратегічних комунікацій. Покращується фінансування, організаційно-кадрове й інформаційно-аналітичне забезпечення системи просування українського культурного продукту у світі.

***Список використаних джерел***

1. Висоцький О. Ю. Публічна дипломатія : конспект лекцій. Ч. І. Дніпро : Охотнік, 2020. С. 27–52.

2. Культурна дипломатія: стратегія, моделі, напрями. *Культурологічний альманах.* Вінниця, 2017. Вип. 5. 188 с.

3. Кравченко А. І. Культура дипломатія в контексті міжнародних гуманітарних стратегій: теоретичний аспект. *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації* : зб. наук. пр. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Переяслав, 30 квітня 2021 р.). Вип. 70. Переяслав : Університет Григорія Сковороди, 2021. С. 104–110.

4. Костиря І. Роль та місце культурної дипломатії у системі зовнішньополітичних відносин. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. *Питання політології.* 2018. Т. 33. С. 141–146.

5. Шамборовський Г., Мусієнко Н. Завдання і можливості культурної дипломатії у розвитку сучасної держави та інститутів громадянського суспільства в Україні. Агора : зб. наук. ст. 2015. Вип. 14. С. 91–100.

6. Будков Д. В., Вєдєнєєв Д. В. Слово правди про Україну. Міжнародна інформаційна діяльність Української держави. 1917–1923 : монографія. Київ : К.І.С., 2004. 235 с.

7. Вєдєнєєв Д. В. Становлення культурної дипломатії Української Народної Республіки періоду Директорії (1918–1920 рр.). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 2. С. 18–22.

8. Василенко В. А. Органи зовнішніх зносин Української РСР та їх компетенція. *Вісник Київського університету*. *Серія права*. 1965. № 6. С. 103–111.

9. Вєдєнєєв Д. В. Установи з міжнародних культурних зв'язків України (1944–1991 рр.). *Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи* : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. / Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. (Київ, 18 травня 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. С. 232–234.

10. Атаманенко А. Роль закордонних українців в українській публічній та культурній дипломатії: історичний і сучасний аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Історичні науки*. Острог, 2019. Вип. 29. С. 54–65.

11. Дітковська С. О. Передумови створення та початки діяльності Українського товариства дружби та культурного зв'язку з зарубіжними країнами. *Грані*. 2014. № 5. С. 102–108.

12. На магістралях дружби і братерства. Київ : Наук. думка, 1974. 391 с.

13. Вєдєнєєв Д. «Вишукана» гібридна зброя: ураження свідомості керманичів та інтелігенції. Виклики і ризики. *Безпековий огляд Центру дослідження армії, конверсії та роззброєння*. 2020. № 9. С. 20–32; № 10. С. 14–26.

14. Семченко О. А. Іміджева політика України. Київ : ВЦ «Академія», 2014. 272 с.

15. Петров В. В. Культурна дипломатія як інструмент протидії гібридним загрозам. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. Вип. 1. 2019. С. 186–190.

16. Політика культурної дипломатії: стратегічні пріоритети для України : зб. наук.-експерт. матер. Київ : НІСД, 2016. 92 с.

17. Процюк М. В. Публічна і культурна дипломатія як засіб «м'якої сили» України: запозичені моделі, реальні кроки та стратегічні пріоритети. *Науковий вісник Дипломатичної академії України.* 2016. Вип. 2. С. 21–28.

18. Зикун Н. І. Культурна дипломатія у контексті міжнародних стратегічних комунікацій. *Вісник Маріупольського державного університету*. *Філологія*. 2020. Вип. 22. С. 165–177.

19. Вєдєнєєв Д. «М'яка сила» і культурна дипломатія в парадигмі сучасних стратегій політичного впливу. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір*: матер. IV Міжнар. наук. конф. (Київ, 03–04 листопада 2020 р.). Київ : НАКККіМ, 2020. С. 36–37.

20. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text (дата звернення: 22.04. 2024).

21. Про культуру : Закон України від 14.12.2010 № № 2778-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text(дата звернення 22.04. 2024 )

22. Про закордонних українців : Закон України від 04.03.2004 № 1582-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1582-15#Text (дата звернення: 22.04. 2024).

23. Про схвалення «Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі» : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 № 739-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80#Text (дата звернення: 22.04. 2024).

24. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України. URL: https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text (дата звернення: 22.04. 2024).

25. Проєкт Концепції державної політики щодо досягнення цілі 16.3 «Український бізнес, культура та спорт отримують гідну підтримку за кордоном» Програми діяльності Кабінету Міністрів України. URL: https://program.kmu.gov.ua/meta/ukrainskij-biznes-kultura-ta-sport-otrimuut-gidnu-pidtrimku-za-kordonom (дата звернення: 22.04. 2024).

26. Мищак І. М. Культурна дипломатія України: проблеми правового та інституційного забезпечення. *Культурологічний альманах*. Вип. 5: Культурна дипломатія: стратегія, моделі, напрями. Вінниця, 2017. С. 80–83.

27. Положення про Міністерство культури України, затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 03.09.2014 № 495 URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/ article?art_id=244908502&cat_id=244908427(дата звернення 22.04. 2024 )

28. Указ Президента України «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України» від 20.02.2006 № 142. URL: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/142/2006#Text (дата звернення: 22.04. 2024).

29. Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України : Постанова КМ України від 30.03.2016 № 281. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-%D0%BF#n8 (дата звернення: 22.04. 2024).

30. Ботанова К. Україна як бренд. Ольга Жук і нова культурна дипломатія у МЗС. URL: https://life.pravda.com.ua/culture/2016/02/22/208496/ (дата звернення: 22.04. 2024).

31. Розумна О. П. Оптимізація посилення культурної присутності України в Європі. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. 13 травня 2014 р. URL: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/optimizaciya-posilennya-kulturnoi-prisutnosti-ukraini-v-evropi (дата звернення: 22.04. 2024).

32. Стратегія Українського інституту на 2020–2024 рр. URL: https://ui12.sharepoint.com/sites/All2/comms/Shared%20Documents/Website/Public%20Docs/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%202020-2024/Strategy-Ukrainian%20Institute.pdf (дата звернення: 22.04. 2024).

33. Володимир Шейко: «Український інститут представлятиме інтереси і цінності сучасної української політичної нації». URL: https://lb.ua/culture/2018/06/13/400222_volodimir_sheyko_ukrainskiy.html (дата звернення: 22.04. 2024).

34. Паспорт бюджетної програми на 2019 рік Українського інституту. URL: https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/budget/passports2019/passport-1401110.pdf (дата звернення: 22.04.2024).

35. Сивак Т. В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія. Київ : НАДУ, 2019. 338 с.

36. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій : практ. посіб. / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ, 2022. 278 с.

37. Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4. С. 9–23.

38. Кушнір О. В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні. *Право і суспільство*. 2015. № 6. С. 27–31.

39. Винниченко В. Відродження нації. Том ІІІ. Київ-Відень: Дзвін, 1920. 535 с.

***Цитування розділу 4:*** Вєдєнєєв Д. В.. Культурна дипломатія: місце та функції в системі сучасних інформаційно-культурних комунікацій України. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 64–81.

# Розділ 5

# ПРАКТИЧНА КУЛЬТУРОТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС СУСПІЛЬСТВА

## 5.1. Інноваційний потенціал культурних практик

Однією з визначальних дисциплін, що дає змогу об'єктивно висвітлити суспільно-історичні явища, труднощі та суперечності, властиві глобалізації, оцінити соціокультурну трансформацію, є культурологія. Відповідно до філософсько-гуманістичного та культурологічного вчення, культура має свої закони розвитку й функціонування. Досліджуючи культуру як продукт суспільної практики з досвіду віків – історичних рішень, державно-політичних, соціально-економічних, етнонаціональних, релігійно-філософських, морально-етичних, здійснимо аналіз причин і характеру проблем сучасності та спрогнозуємо проєкти тенденцій майбутнього. Сучасна культурологічна наука як система знань, здатна концептуально впливати на формування культури суспільства, теоретичні й практичні уявлення та їх втілення в усі сфери людської життєдіяльності, зокрема в плані концептуального впливу на культурні процеси та практики, розгляду системних підходів до аналізу культури в розрізі державної політики й утілення її в діяльність системи управління, формування культурних потреб людини як на робочому місці, так і в активно-дієвому використанні позаробочого часу, з урахуванням впливу та «досягнення» технократизму, раціоналізму, маскультури, якими характеризувалось XX століття. Чітке розуміння науковою спільнотою загроз, які являє собою технізація суспільства, здоровий глузд вимагає від кожного громадянина самостійно контролювати, принаймні у своїй родині, і вимогливо ставитись до технічної культури, з надмірним впливом електронних гаджетів.

Порушено питання про вироблення норм культури техніки та встановлення етичних стандартів взаємодії між технологіями та людьми, щоб людська спільнота вижила після малопередбачуваного впливу штучного інтелекту (ШІ). Це стосується проблем виробничої культури, змін у підходах до трудових колективів та виробничих моделей, порівняно із минулим вирішенням проблем виробничої культури.

Унаслідок гіперболізованого впливу техніки за останні 150 років підвищились вимоги до технічної культури, адже людина XX ст. приділяє технізації середовища проживання близько 70 % свого часу. Цифровізовані гаджети супроводжують життя людини впродовж усієї доби, що пригнічує та перетворює її на техноробота, людський індивід, якому надиктовано «залежний стиль поведінки». Тож нагальним є питання про вироблення норм культури техніки, техніцизму та віднайдення етичних співвідношень і взаємозв'язків машин, робототехніки, штучного інтелекту й людини. Тут можемо дати своє визначення гаджетозалежності, а саме: «*Електронна залежність» людини являє собою стан, при якому особа демонструє надмірне бажання користуватися електронними пристроями,*

*такими як смартфони, комп'ютери та планшети та ін., а також витрату значної кількості часу й уваги на взаємодію із соціальними мережами та іншими онлайн-платформами. Це може призводити до відчуття відсутності контролю над власним часом, а також негативно впливати на фізичне та психічне здоров'я, соціальні відносини й працездатність особи*. Остання теза загострює проблему *виробничої культури*, оскільки моделі й співвідношення попередніх часів не адекватні нинішнім проблемам. Керівник не має можливості контролювати всіх підлеглих. А при утворенні великих і надвеликих підприємств почали виникати проблеми щодо норм та етичних відносин між членами колективу. І причина здебільшого через перебування у віртуальному просторі або електронна залежність.

«Штучний інтелект становить найнагальнішу загрозу для сучасного світу», – заявив Ілон Маск під час саміту AI Safety в Лондоні (листопад 2023 р.). «Ми вперше в історії людства маємо щось, що буде набагато розумнішим за нас. Тому мені не зрозуміло, як можна контролювати таку річ, але думаю, що ми можемо прагнути спрямовувати це так, щоб людство мало від цього переваги. Але я вважаю, що це один з екзистенційних ризиків, з якими ми стикаємося, потенційно найбільш нагальний», – сказала одна з найбагатших людей світу на форумі, присвяченому безпеці AI (artificial intelligence – штучний інтелект). Маск, керівник компаній SpaceX, Tesla та соцмережі X, заявив, що під час саміту в Лондоні учасники прагнуть створити «стороннього арбітра», який міг би контролювати компанії, які розробляють штучний інтелект, і бити на сполох, якщо є занепокоєння. Спільний підхід до викликів ШІ (штучного інтелекту) підписали Декларацію Блетчлі. 28 країн, представники яких беруть участь у події, погодилися, що існує нагальна потреба розуміти потенційні ризики ШІ та спільно керувати ними. Серед цих держав, окрім Великої Британії та членів ЄС, – США, Китай, Ізраїль, Південна Корея, Індія, Індонезія, а також Україна.

«Існує потенціал для серйозної, навіть катастрофічної, шкоди, навмисної чи ненавмисної, що випливає з найважливіших можливостей цих моделей ШІ, – ідеться в документі. – Багато ризиків, пов'язаних зі штучним інтелектом, за своєю природою є міжнародними, тому їх найкраще вирішувати шляхом міжнародної співпраці» [1].

Згадану проблему також враховують дослідники соціокультурного середовища певних регіонів, формуючи Стратегії розвитку культурних практик та безпеки життєдіяльності громад. У XX столітті, як ніколи раніше, виявив себе величезний інноваційний потенціал культури, здатної докорінно змінювати життя людей. Насамперед це пов'язано з науково-технічною культурою. За оцінкою фахівців, сучасний науково-технічний прогрес призводить до того, що кожні 5–6 років відбувається зміна поколінь техніки. Це означає, що відповідним чином повинні змінитися професійні знання і навички людей, їх спосіб життя, потреби.

Природним для XX ст. став поділ світу на соціально-економічні й політичні системи, які зумовлюють притаманні лише їм норми виробничої культури. «Є дослідження тенденцій модернізації різноманітних усталених (традиційних) і новітніх (посттрадиційних) культурних практик у різних сферах суспільного життя. Усталені загальнолюдські культурні практики також швидко модернізуються під «тиском» на традиційні культурні системи постмодерних зразків, цінностей,

нових нормативних вимог та стандартів поведінки. Досить ефективно наукові дослідження соціокультурних змін (зокрема в контексті модернізації), які можна екстраполювати на аналітику культурних практик, проводять в Україні.

За останні роки Інститут соціології Національної академії наук України видав серйозні наукові праці, які містять перспективні ідеї, багато новітньої інформації, зокрема емпіричних даних. Серед них такі монографії, як: «Смислова морфологія культури» (Н. Костенко, 2016), «Мінливості культури» (Н. Костенко, 2015), «Участь у культурі: люди, спільноти, стани» (А. Ручка, 2017), «Збій соціальної матриці» (М. Шульга, 2018), «Культурні практики в сучасному суспільстві: теоретичні підходи та емпіричні виміри» (Л. Скокова, 2018), «Модернізація: теорія, практика, цивілізаційний вимір» (В. Пилипенко, 2016). Серйозні наукові здобутки зроблені в працях Н. Костенко, Л. Скокової, М. Шульги, С. Макеєва, А. Ручки та інших українських вчених. Декілька колективних монографій видав Інститут культурології Національної академії мистецтв України, серед яких «Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір» (В. Судакова, 2017), «Від мультикультуралізму до транскультурності: проблема збереження цінностей цивілізованого співіснування» (В. Судакова, 2018), «Дитяча субкультура в Україні: традиції та сучасність, культурологічний контекст» (С. Волков, 2018) та ін. [3].

Усі згадані наукові розвідки залишають поза достатньою увагою дослідження культурних практик як особливого виду зв’язків і стосунків, багатобічних уявлень і суспільних наративів. Культурні практики – це різноманітні способи, форми та вирази культурної діяльності, які формуються в межах конкретної культури чи спільноти. Опираємось на визначення ЮНЕСКО, згідно з яким культуру потрібно розглядати як сукупність притаманних суспільству або соціальній групі відмінних ознак – духовних і матеріальних, інтелектуальних і емоційних, і що, крім мистецтва і літератури, вона охоплює спосіб життя, «вміння жити разом», систему цінностей, традицій і вірування (Преамбула Загальної декларації ЮНЕСКО про культурну різноманітність, 2001).

Культурні практики визначають те, як люди взаємодіють між собою і світом. Види культурних практик можуть бути дуже різноманітними, і їх можна класифікувати за різними критеріями. Навіть з позиції найпростіших буденних уявлень, звісно, це все те, що ми практикуємо: читаємо, жартуємо, будуємо, вирощуємо рослини, виголошуємо промови, граємося з дітьми (споглядання, гра) й ін. «Культурними практиками є проведення зустрічей, вистав, благодійність, це практики допомоги, випрошування, гостинності, привітань, благодійності, невтручання, конфліктності, ворожнечі й навіть лайки й бійки, усе це є культурними практиками. Вони в реальному вимірі утворюють складну й суперечливу «живу тканину життя». На цьому слушно наголошує українська дослідниця Л. Скокова в праці «Культурні практики в сучасному суспільстві» [4]:

***1. Мовні практики:***

*Що це:* включають у себе вживання мови, літературні традиції, мовленнєві норми тощо.

*Як вони діють:* формують комунікаційні зв'язки, передають історію та культурні цінності.

*Вплив на суспільство:* зміцнюють ідентичність, сприяють сприйняттю світу, формують групову приналежність.

***2. Художні практики:***

*Що це:* охоплюють мистецтво, літературу, музику, театр, кіно тощо.

*Як вони діють:* виражають і втілюють творчий потенціал, створюють естетичні враження, спонукають до рефлексії.

*Вплив на суспільство:* формують культурну індустрію, сприяють розвитку та розмаїттю культурного спадку.

***3. Релігійні практики:***

*Що це:* специфічні обряди, словоформи вибудовані в молитву, медитації, сила емоційно-вольового впливу вірування та інші аспекти, пов'язані з певною релігією.

*Як вони діють:* створюють ритуали та церемонії, регулюють мораль та етику, формують спільноту вірян.

*Вплив на суспільство:* визначають цінності, встановлюють норми поведінки, об'єднують спільноту.

**4.** ***Традиційні обряди та обробки:***

*Що це:* специфічні дії та події, пов'язані зі святами, обрядами переходу, весільними церемоніями тощо.

*Як вони діють:* сприяють збереженню культурної спадщини, підтримують соціальні зв'язки, відзначають важливі події в житті спільноти.

*Вплив на суспільство:* утримують традиції, формують соціальну структуру, забезпечують почуття приналежності.

***5. Їжа та гастрономічні практики:***

*Що це:* способи приготування і споживання їжі, кулінарні традиції та звичаї.

*Як вони діють:* сприяють обміну культурними впливами, відображають смакові вподобання та стиль життя.

*Вплив на суспільство:* сприяють спільності, формують культурну ідентичність, визначають ставлення до їжі.

***6. Масмедійні практики:***

*Що це:* використання засобів масової інформації, таких як телебачення, радіо, інтернет-ресурс.

*Як вони діють:* формують громадську думку, передають інформацію, впливають на переконання та уявлення.

*Вплив на суспільство:* формують громадські дискусії, визначають стандарти інформації, впливають на культурний ландшафт.

## 5.2. Культурний простір у парадигмі людського буття

*Парадигма* – ідея, що слугує основою для створення світу буття (в античній філософії); ідеальний зразок, ідеал, прообраз, прототип, архетип, оригінал; стандартний або типовий приклад: прототип, образ, зразок (у психоаналізі – ідеалізований образ когось, наприклад сформований у дитинстві образ батька чи матері) [5].

Складні взаємозв'язки між людиною, природою, суспільством, традиціями та культурою є ключовими в сучасному соціогуманітарному знанні, що допомагають відображати поняття: культурний простір, практика, культурна практика. Поняття *соціально-культурна практика* використовують для характеристики сукупності галузей, у межах яких здійснюється соціально-культурна діяльність, що задовольняє певні потреби населення: культура, дозвілля, освіта, мистецтво, фізична культура та спорт, охорона здоров’я і соціально-культурна реабілітація, засоби масової інформації, туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, природоохоронна діяльність тощо.

Глобалізація вплинула на привабливість демократичних цінностей у формуванні суспільного порядку та зазнала впливу на різні аспекти повсякденного й публічного життя. Повсякденне життя людей ми характеризуємо ресурсною основою їхнього співіснування та культурною моделлю виживання, серед таких, що базуються на різних культурних практиках: сімейні, трудові, соціалізаційні, договірні, ворожнечі, гостинності, дозвілля. Зокрема, у таких тоталітарних країнах, як Північна Корея, люди не розуміють значення дозвілля як такого, працюють по 14–16 годин, де на 40%, порівняно з попереднім 2022 роком, зросла кількість суїцидальних випадків. У передсмертних записках люди критикують соціалістичну систему та життя в Північній Кореї. Кім Чен Ин офіційно назвав самогубство «актом зради соціалізму» і наказав місцевим органам влади вжити превентивних заходів [2].

Культура охоплює, крім мистецтва й літератури, спосіб життя, основні права людини, системи цінностей, традиції та віри; культура – це здатність людини мислити, аналізувати себе і своє оточення. Саме культура перетворює нас у гуманних, розумних, критично мислячих істот із моральними зобов'язаннями.

Саме з допомогою культури ми розрізняємо цінності та робимо вибір. Через культуру людина пізнає себе, усвідомлює себе як незавершений продукт природи, критично осмислює свої досягнення, невтомно шукає новий сенс існування і творить те, що відображає її сутність.

За останні п'ять років турбулентність світових процесів, завдяки досягненням науки й техніки, змінили ту роль, яку відіграє людина в сучасному світі, і характер суспільних відносин здійснюється крізь призму військово-силового впливу. У наші дні, попри те, що значно зросли можливості діалогу, міжнародне співтовариство переживає серйозні економічні труднощі, зростає нерівність між країнами, численні конфлікти й небезпечні вогнища напруженості загрожують світовій безпеці. А тому нині необхідно більше, ніж будь-коли, зміцнювати співробітництво між державами, гарантувати повагу до прав інших і забезпечувати основні свободи людини й народів та їхнє право на самовизначення. Нині більше,

ніж будь-коли, важливо вкорінювати у свідомості людей ідею захисту миру, котра, як записано в Статуті ЮНЕСКО, може бути стверджена насамперед через співробітництво в царині освіти, науки і культури.

На жаль, поки що не винайдено способу дотримання міжнародних угод та гарантування умов для їх виконання, хоча декларативно все дуже чітко зафіксовано й прописано. Скликавши Всесвітню конференцію з питань політики у сфері культури в Мехіко, міжнародне товариство вирішило зробити ефективний внесок у справу зближення народів і досягнення ліпшого взаєморозуміння між людьми й спільнотами [9].

Ось чому, висловлюючи надію на те, що зрештою людство дійде до єдиних культурних і духовних цілей, конференція погоджується з тим, що:

– культурні практики можуть бути дуже різноманітними залежно від культурного контексту та історії спільноти;

– вони взаємодіють між собою, творячи унікальні та складні системи культурного вираження.

***1. Культурологічна концепція транснаціональності*:**

*Контекст*: культурологія досліджує вплив транснаціональних явищ на формування культур.

*Приклад*: дослідження впливу глобалізації на музичну індустрію, де групи та виконавці з різних країн об'єднують свої стилі та впливають на культурні уподобання аудиторії: виконання грузинськими колективами українських народних та естрадних пісень, наймасовіше виконання латвійськими хоровими колективами української пісні Січових стрільців «Ой у лузі червона калина».

***2. Інтерактивні музейні виставки:***

*Контекст*: культурологічний підхід до організації музейних виставок.

*Приклад*: Музей сучасного мистецтва, який використовує інтерактивні технології, щоб залучити відвідувачів у творчий процес та поглибити їхнє розуміння сучасного мистецтва.

***3. Медіапроєкти для підтримки культурної різноманітності:***

*Контекст*: культурологічний підхід до використання масмедіа для підтримки різноманітності.

*Приклад*: медіакампанії, які активно висвітлюють та підтримують різноманітні культурні вирази, мови та традиції через мас-медійні платформи.

***4. Програми культурної дипломатії:***

*Контекст*: культурологічна підтримка державної політики у сфері міжнародних відносин.

*Приклад*: українська виставка Йоганна-Георга Пінзеля в Луврі, організація культурних обмінів, імерсивні виставки: «Світ незламних» у Лондоні «Імерсивний світ Тараса Шевченка» у Лос-Анджелесі, концерні програми та виставки для підтримки у визвольній війні проти рашизму взаєморозуміння та співпраці між країнами.

***5. Етногастрономічні фестивалі*:**

*Контекст*: культурологічний підхід у дослідженні культурних аспектів їжі та гастрономії. Приклад, цілий культурний кластер в американському м. Чикаго

під назвою: «українське село». Десятки ресторанів з традиційною українською кухнею дуже успішно асимільовані в американську гастрономічну культуру.

*Приклад*: організація щорічних фестивалів, на яких представлені традиційні страви різних культур, що сприяє розумінню та цінуванню української кулінарної спадщини, а також привертає увагу до країни, яка практикує такі вишукані страви.

Ці приклади демонструють, як культурологія концептуально впливає на різні аспекти культурного життя та практик, враховує різноманіття і складні взаємозв'язки в сучасному світі.

### 5.3. Формувальні чинники системи цінностей «культурних кодів»

Клотер Рапай, американський психолог і маркетолог, тривалий час вивчав й урешті популярно описав, як стандарти та норми формуються в споживачів та під впливом чого сприймаються товари і послуги. Який же очевидний ціннісний вимір, що детермінує культуру споживання і поведінку індивіда, що ці коди засвоїв; як системи стандартизованих чи нормативних конвенцій, смислів та їхніх комбінацій, впливають на поведінкові? Наприклад, американські споживачі надають перевагу автомобілям з круглими фарами. У зазначеному прикладі з американським джипом, круглі фари можна вважати частиною культурного коду американців, які визначають стиль індивіда чи виробу. Вони можуть бути пов'язані з історією автопрому в США, створюючи асоціації з певними цінностями чи естетикою.

Чому у Франції ідея виготовлення сиру з пастеризованого молока приречена на провал? Чому реклама одного й того самого товару в Америці, Німеччині чи Франції повинна бути різною? Тому що сприйняття будь-якої речі, явища чи поняття: будь-то їжа, машина, відносини між людьми і навіть сама країна – закладається найбільш ранніми дитячими враженнями і відкладається в глибинній частині мозку, яка відповідає за виживання. Таємний сенс сформованих образів у кожній культурі свій. Це свого роду замок, і відкривається він за допомогою шифру – культурного коду. Вивчення культурних кодів призвело психолога Клотера Рапая до світу бізнесу, де його знання принесли величезну практичну користь. Провідні компанії світу використовують ідеї Рапая при розробці продукції та плануванні рекламних кампаній [15].

Окрім того, важливим для розвитку галузі креативних індустрій є активне формування комюніті через впровадження різних ініціатив, заходів та проєктів.

В Україні, зокрема, розвивається мережа IT-кластерів під брендом iHUB. Центром тяжіння для креативного класу в Києві став Артзавод «Платформа». Хрестоматійним для столиці є креативний простір Школи українського підприємництва (ширше відома як «Часопис»), оскільки заклав стандарт освітніх проєктів, що реалізують у подібних осередках [10]. Отже, масштабування креативних просторів і розвиток освітніх ініціатив дають шанси на зміну ситуації. Прикметно, що всі згадані проєкти реалізуються завдяки іноземним інвестиціям і грантам. Фабрика повидла – це капіталовкладення австрійця Гаральда Біндера, «Платформа» – Офера Керцнера з Ізраїлю тощо.

Одним зі способів комунікативної доступності та інтересу стейкхолдерів є освітні проєкти (*рис. 1*). Зокрема, започатковано бібліотеку креативної економіки, у межах якої вийшла книжка Девіда Періша «Футболки і костюми. Поради для креативного бізнесу». Ця абеткова праця є досить доречною з огляду на нинішній стан зрілості творчого підприємництва в Україні. У Вінницькій області сформовано центри нематеріальної культурної спадщини та креативних культурних просторів. Досить цікавий формат запропонувала Школа візуальних комунікацій, організувавши дві потужні події у Fedoriv Hub: Visual Communication Gathering і VCG Cases, де досліджували практичний досвід, накопичений у секторі.

| Рівень взаємодії | Метод взаємодії |
|---|---|
| Консультації | ■ Анкетування<br>■ Фокус-группи<br>■ Зустрічі з окремими стейкхолдерами<br>■ Публічні зустрічі та семінари<br>■ Онлайн-механізми зворотнього зв'язку<br>■ Консультативний комітет |
| Перемови | ■ Колективні перемови з працівниками через професійні спілки |
| Залучення | ■ Форуми за участю різних стйкхолдерів<br>■ Консультативні комісії<br>■ Процеси по досягненню консенсусу<br>■ Фокус-групи<br>■ Онлайн-системи зворотного зв'язку |
| Співпраця | ■ Спільні проекти<br>■ Спільні підприємства<br>■ Партнерства<br>■ Багатосторонні ініціативи |
| Інтегрування в процес управління і прийняття рішення | ■ Інтеграція стейкхолдерів в систему управління, стратегічний операційний менеджмент |

*Рис. 1.* ***Рівні взаємодії зі стейкхолдерами***

Різниця в сприйнятті певної програми чи товару в різних країнах може бути зумовлена культурними особливостями. Норми та цінності споживачів можуть визначати, які аспекти товару підкреслюють у рекламі. Наприклад, у рекламі в США підкреслюють індивідуалізм, в Азії реклама більш колективістського спрямування. Ці приклади демонструють, як культурні коди можуть впливати на економічні процеси, включаючи виробництво, маркетинг і споживання товарів та послуг.

Український філософ Мирослав Попович акцентував на національному аспекті культурних змін. В основі його міркувань – позиція, що етнічна єдність, яка усвідомлюється як «кровна» (біологічна) спорідненість, насправді є спорідненістю по культурі, отож людство є культурно дискретне. Завдяки цій дискретності людського світу кожен етнос є, за словами Поповича, «кузнею культурної еволюції». «Новації в культурі відбуваються в межах певного етносу, перебігають по етнічному культурному полю, взаємодіючи з іншими галузями цієї культури. Так відбувається і загальнолюдський культурний прогрес, бо етноси культурно не закриті один для одного, культурне «схрещування» відбувається безперервно, якщо відносини між етносами не складаються особливо нещасливо» [8, 252].

Накопичений культурний досвід національна чи етнічна організація передає новим поколінням. Водночас кожне нове покоління обирає власну модель подальших культурних змін: або екстенсивного й консервативного характеру (наприклад моделі інволюції, реконцепції, синкретизму, відродження), або моделі інтенсивного та прогресивного змісту (зростання, реформ, інновації, прогресу). При цьому на кожному історичному етапі, взявши до уваги здійснювану модель культурних змін, а також особливості функціонування культури на всіх рівнях – процесуальному, матеріальному, ідеальному й інституційному, можемо констатувати певну культурну ситуацію. Зокрема, український дослідник Дмитро Шевчук співвідносить поточну культурну ситуацію з добою постмодерну, якій характерна децентралізація, деієрархізація і загалом деконструкція [11, 5].

Відтак і кафедра артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (Київ) спільними зусиллями викладачів підготувала цю сучасну наукову працю, аби нове покоління здобувачів освіти соціокультурного спрямування могли зрозуміти події, впливи і процеси деконструкції у світових культурних середовищах.

Креативні індустрії – це мікс мистецтва, бізнесу й технологій, який став стратегічним напрямом у досягненні конкурентоспроможності на регіональному й міжнародному рівнях в сенсі зайнятості, продуктивності, економічного зростання. Важливо акцентувати, що креативні індустрії сприяють упровадженню нових ідей, технологій в інших бізнес-секторах.

### 5.4. Культурні змісти суспільних трансформацій: від глобального до локального

Гасло «Думай глобально, дій локально» стало крилатим і спочатку було використане в екологічному контексті стосовно міського планування, але швидко поширилося на сфери соціальної справедливості, освіти та вказує на зростаючий вплив всіх зв'язків між місцевими діями, місцевими рішеннями та використанням або зловживанням глобальними ресурсами. Україна, що нині воює, ще змушена

буде боротися за власні земельні ресурси: транснаціональні корпорації через лобістів у владі намагаються зробити все, щоб їх скупити.

Різні періоди розвитку суспільства мали свою культурно-мистецьку еліту, що наповнювала культурними змістами суспільний інформаційний простір, досліджуючи, аналізуючи й прогнозуючи розвиток взаємовідносин, а з огляду сьогодення, захищаючи від гібридного поневолення.

Х. Ортега-і-Гассет елітою інтерпретував людей, яким притаманний найвищий рівень відповідальності, які володіють інтелектуальними й моральними перевагами перед масами. А. Тойнбі уподібнював еліту творчій меншості суспільства на противагу нетворчій більшості. Наразі, оцінюючи події 2020-х років, можемо засвідчити: сучасна номінальна українська еліта фактично є самоствердною групою, не спроможною виконувати свою суспільну функцію. Абсолютна більшість представників сучасного українського політикуму нагадує трагікомічного персонажа Мольєра, який завжди був упевнений у тому, що він – талановитий поет, і лише на схилі віку дізнався, що все життя писав прозою.

У наші дні соціально відповідальні громадяни є не лише менеджерами закладів культури, а виступають як ідеологи-державники, справжні хранителі спадщини.

Воєнний час вніс свої суттєві корективи в життя всього суспільства і в роботу культурних індустрій зокрема. На теперішній час, коли кожен громадянин може бути залучений до оборони країни, важливо ухвалити такі закони, які дадуть змогу збалансувати військові потреби з необхідністю підтримати неперервну діяльність закладів культури. Держава має не лише долати актуальні воєнні виклики, але й сприяти збереженню культурного життя країни, що є основою для морального духу та національної єдності.

Окрім цього, важливим аспектом є забезпечення правової та організаційної основи для державної експертизи культурних проєктів. Це дає можливість не тільки контролювати якість і зміст культурних ініціатив, але й гарантувати, що вони відповідають національним інтересам і несуть у собі конструктивний, позитивний зміст, особливо важливий в умовах воєнного протистояння.

Діапазон законодавчих ініціатив, спрямованих на регулювання діяльності закладів культури в умовах воєнного стану, відображає комплексний підхід держави до забезпечення стабільності та розвитку культурної сфери. Такі заходи демонструють розуміння культури не просто як сфери дозвілля, а як невід'ємної складової національної безпеки та ідентичності, яка потребує особливої уваги та підтримки в складних умовах воєнного часу.

Наприклад, Наказ МКІП від 09.12.2022 № 500 стосується затвердження Плану діяльності Міністерства культури та інформаційної політики України на 2023 рік, що включає підготовку проєктів регуляторних актів. Він має важливе значення для розвитку та підтримки культурної сфери в умовах війни, задаючи стратегічні напрями та пріоритети в цій галузі. План враховує особливі умови воєнного стану та покликаний забезпечити адекватну реакцію на виклики, які постають перед закладами культури. Це може включати адаптацію культурних заходів до воєнних умов, підтримку культурних ініціатив, які спрямовані на зміцнення національної ідентичності, а також розробку нових форматів культурної

діяльності, які враховують безпекові аспекти та обмеження, викликані війною. Наказ також може включати політики, які сприяють залученню додаткових ресурсів та фінансування для культурних закладів, а також розробці нових підходів до культурної освіти та просвіти в умовах війни [7].

Сотні фандрейзингових ініціатив мали свою унікальну форму та спосіб залучення громадськості до вирішення проблеми українського протистояння московитській орді. Від артвиставок та кулінарних подій до музичних концертів та благодійних аукціонів, кожен захід вніс свій вклад у підтримку українських культурних ініціатив та закладів, які зазнали втрат внаслідок війни. Ці заходи не тільки допомогли зібрати необхідні кошти, але й привернули увагу міжнародної громадськості до культурної та гуманітарної кризи в Україні, демонструючи силу мистецтва, культури та спільнот у моменти випробувань. Важливість професійної підготовки підкреслюється не лише знаннями та навичками, але й гнучкістю, креативністю та інноваційним підходом до роботи. Стан професійної підготовки фахівців соціокультурного напряму під час війни особливо актуалізується, адже повітряні тривоги, вимкнення світла вносять свої корективи в освітні процеси та методики навчання. Волонтерські культурні проєкти, такі як «Повернись живим» та «Солом'янські котики», є яскравими прикладами того, як культурна сфера може вносити свій вклад у вирішення соціальних проблем та підтримку громади в складні часи.

*Фандрейзинг* – це той спільнокошт, який реалізовують у більшості цивілізованих країн світу. Він відображає міжнародну підтримку та визнання важливості української культурної спадщини. Ці проєкти відіграють ключову роль у збереженні та популяризації української культури, а також у формуванні сильного громадського духу та згуртованості. Волонтерські ініціативи, такі як «Повернись живим», важливі не лише для безпосередньої допомоги та підтримки, але й для створення почуття єдності та спільної мети серед громадян [6].

Якщо не протистояти антицінностям, вони відтісняють цінності, отруюючи ціннісно-смислову сферу особистості й суспільства. Недооцінювати вказану ситуацію небезпечно, адже, як свого часу відзначав грузинський філософ М. Мамардашвілі, хоч перед людиною з давніх-давен стоїть завдання приборкання дикості, лютості, егоїзму власної природи, її інстинкти, жадібність, темрява серця, бездушність і невігластво цілком здатні акомодувати розумові здібності, глузд і здійснюватися з їх допомогою [13, 117].

Галузь культури та мистецтв є сучасною глобалізованою креативною індустрією, яка нині здатна створювати культурні, мистецькі й інтелектуальні продукти по всьому світу, працюючи віддалено. Крім того, ми спостерігаємо, як усе більше музеїв створюють віртуальні екскурсії, привертаючи увагу до нових колекцій. Завдяки комп’ютеризації галузі чимало творчої роботи фахівці виконують за допомогою ІТ-технологій.

Нагадаємо, що поняття «галузь» розроблене в економічній теорії та означає існування виробничих суб’єктів, які згруповані за ознакою однорідності створюваних продуктів і схожістю виробничої діяльності. До галузі культури та мистецтв такі характеристики можуть бути застосовані повною мірою, адже тут є однорідний продукт у вигляді культурної послуги, яка так або інакше сприяє соціальному та культурному розвитку споживачів цієї послуги, а виробнича

діяльність тих чи інших установ культури і мистецтва є трансляцію різних досягнень культури серед населення [14]. У контексті цих міркувань щодо галузі культури та мистецтв, а також її значення в сучасному світі, справедливим буде визнати й той факт, що культура є основною структуроутворювальною галуззю сучасної інноваційної економіки.

Наголосимо, що з метою сприяння розвитку культурного потенціалу України, збереження, популяризації та ефективного використання національного культурного надбання 18 серпня 2020 року було видано Указ Президента України «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» [12]. Саме галузь культури та мистецтв генерує ефективні, гуманні засоби сприяння соціальній інтеграції та повноті культурного громадянства, залучаючи нових людей до соціально-культурної сфери.

Поняття «соціально-культурна сфера» використовують для характеристики сукупності галузей, у межах яких здійснюється соціально-культурна діяльність, що задовольняє певні потреби населення: культура, дозвілля, освіта, мистецтво, фізична культура та спорт, охорона здоров'я і соціально-культурна реабілітація, засоби масової інформації, туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, природоохоронна діяльність тощо. Соціально-культурні інститути сприяють долученню різних груп населення до процесу місцевого самоврядування, розроблення і реалізації проєктів та ініціатив життєдіяльності суспільства, створенню клубів, рухів та об'єднань, орієнтованих на вирішення місцевих соціальних проблем.

## 5.5. Еволюція іміджетворення закладів соціокультурної сфери в добу постіндустріальної культури

Аналізуючи еволюцію іміджетворення з акцентом на соціокультурну сферу в епоху постіндустріальної культури, розглянемо кілька аспектів, що впливають на підготовку студентів закладів культурно-мистецької, соціокультурної сфери.

• *Зміна сприйняття іміджу.* У постіндустріальному суспільстві студентам дедалі важливіше будувати власний бренд. Це може включати в себе створення унікального іміджу, який виокремлює їх серед інших і вражає аудиторію. Здобувачі можуть використовувати соціальні мережі, власний вебсайт чи інші медійні канали для побудови свого іміджу, який дасть змогу підкреслити інтелектуальну, креативну складову і патріотично вибудований образ молодого фахівця, здатного вирішувати глобальні завдання покоління міленіалів.

• *Кроскультурна інтеграція.* У постіндустріальному світі студенти соціокультурних та мистецьких закладів можуть мати можливість працювати в різних культурних середовищах, особливо зараз, коли більше 4 млн українців перебувають у статусі біженців. Змішування різних культурних впливів може значно розширити їх погляди на імідж та мистецтво, але завжди в полі зору мусить бути власна ідентичність та захист національних інтересів.

• *Креативність та інновації.* У постіндустріальному суспільстві цінність інновацій та креативності стають усе важливішими. Студентам культурно-мистецьких закладів важливо розвивати нестандартні підходи до вирішення завдань, використовуючи новаторські техніки та технології.

Приклади*:* студент із Житомирщини винайшов спосіб виготовлення паперу з опалого листя; старшокласник з Тернопільщини розробив можливість виготовлення дрона в домашніх умовах. Для керівників технічних гуртків при Будинках культури це надзавдання у створенні умов для розкриття талантів.

• *Вплив медіа, інтернету та особистих комунікацій.* Із поширенням комунікативних можливостей медіа й інтернет-ресурсів у постіндустріальній епосі студенти можуть досліджувати і трансформувати комунікативну стратегію, що впливає на формування культурних стереотипів.

Ці фактори відображають реальні виклики та можливості, з якими стикаються студенти соціокультурних та мистецьких закладів у сучасному постіндустріальному світі, де культурні коди та іміджетворення грають ключову роль у формуванні їхнього мистецького підходу й визначенні індивідуальності.

У постіндустріальній епосі зростання впливу цифрових технологій і соціальних мереж суттєво змінило сприйняття іміджів. *Соціальний імідж* – імідж організації, що сформувався в результаті встановлення і розвитку відносин з громадськістю завдяки інформаційній, благодійній діяльності, власній активності в соціумі. *Імідж* – це сукупність думок, ідей і вражень, яких дотримується людина або група людей щодо будь-якого об'єкта, яким може виступати послуга, організація, людина, ідея чи проєкт. *Репутація* – громадська оцінка достоїнств або недоліків кого-небудь або чого-небудь.

Сучасні студенти звикли до швидкого доступу до величезної кількості зображень та інформації, що впливає на їхні уподобання та стандарти у сфері особистого бренду, який обов’язково вплине на їх потенційне місце роботи. Сформоване в студентські роки розуміння ціннісних орієнтацій у своїй діяльності, соціальної відповідальності і креативного (творчого підходу) до реалізації культуротворчих завдань українського суспільства гарантує захист національної ідентичності і держави як демократичного інституту управління. Щоденно культивуючи підйом рівня свідомості громадян проти маніпуляцій стосовно осіб, які себе не ідентифікують себе як українці, ми нівелюємо можливість окупанта «звільняти!» їх від державного устрою на гібридне поневолення та воєнну окупацію. Важливим аспектом при підготовці фахівця соціокультурної сфери є культивування саме таких патернів.

Культурну ситуацію програмують, модерують та фахово просувають у світовому інформаційному просторі з однією метою: привернути увагу яскравими здобутками чи унікальними спортивними досягненнями для ідентифікації країни, що позитивно впливає на туристичну й економічну ситуацію в державі. Український історик, публіцист і науковець Ярослав Грицак вважає, що є двоякі історичні причини, які заважають формувати привабливий бренд країни: «Україна була щільно ізольованою від зовнішнього світу і, що дуже важливо, провінціалізованою. Була маленькою провінцією не тільки в сенсі політичного статусу, а й культурної нецікавості. Усе, що відбувалося доброго в Україні, мало вигляд як російського чи радянського. Думаю, що за 30 років це значною мірою вдалося подолати» [16].

Таку тенденцію бачимо й зараз, оскільки пропагандистські канали рф висвітлюють Україну як «недодержаву» з крайньою правою ідеологією, якою управляють США. Такі наративи безупинно поширюють в іноземних ЗМІ щедро проплачені російською пропагандою лобісти, що негативно впливає на співпрацю з іншими країнами. І в нинішній період російсько-української війни ціною життів наших співгромадян ми ламаємо ці наративи країни-агресорки. Ярослав Грицак додає: Україна тривалий час була територією «максимального» насильства. «В часи Хмельницького, у час революції, й особливо за радянського режиму, «сталінського», а також у Другій світовій війні. Значною мірою це змінили два Майдани: вони створили образ України, якого раніше не було, – як терпеливої до інших націй і національностей країни, що бореться за власну свободу» [16].

Привабливий бренд – це не перспектива майбутнього, а те, що українці реалізовують зараз, Україна не terra incognita, а держава з давньою історією та культурним різноманіттям. Її бренд – це ідейні творці змін. Бренд країни – це про культурну спадщину, про комунікації, про бізнес-клімат і, очевидно, про політичну ситуацію в країні. Формують бренд різні аспекти м'якої та жорсткої сили. Питання бренду й іміджу необхідно вирішувати системно, ми вибудовуємо зв'язки з іншими країнами через культурну дипломатію. Важливо сказати, що досить довго ми системно не вибудовували бренд зовні. Свого часу це активно здійснювала росія. Коли ми формуємо власний бренд, то повертаємо свої імена, наприклад ім'я Миколи Пимоненка, Казимира Малевича. І говоримо про те, що в Україні є кримськотатарська, єврейська, угорська й інші спільноти, історія яких – частина історії України.

На сьогоднішньому етапі суспільного розвитку ми як проєктні менеджери культурного середовища зобов'язані виховувати молоде покоління важливим наративом – вдячності подвигу українських захисників. Це має бути значна активність серед всіх доступних установ і закладів культури, а саме: проведення акцій, виставок, облаштування місць для вшанування пам'яті. До прикладу, французи створили в Парижі «Пантеон героїв», це великий меморіальний комплекс, що нагадує про військові звитяги багатьох поколінь французів. Причому у скверах і парках створено сучасні світломузичні інсталяції, де в кольорах французького прапора транслюють прізвища героїв нації. Які ж в Україні можна запрограмувати заходи? Приклади: виставки, лекції, мистецькі павільйони тощо.

*1. Виставка «Герої нашого часу»:* виставка мистецтва, присвячена сучасним героям, військовим та волонтерам; включення робіт військових художників і творів дітей воїнів.

*2. Лекційна серія «Воєнна історія нашого регіону»:* серія лекцій, які розповідають про історію конкретного регіону, відзначаючи події та героїв, пов'язаних із війною; запрошення істориків і ветеранів для спільного обговорення.

*3. Майстер-класи зі створення патріотичних муралів:* мистецькі майстерні, де місцеві художники працюють з ветеранами та молоддю для створення муралів, що висвітлюють героїзм та єднання.

*4. Фестиваль «Мистецтво життя: Відновлення духу»:* театральні вистави, концерти й інші культурні події, спрямовані на підтримку психологічного відновлення громадян у воєнний період.

*5. Концерт «Музика єднання»:* концерт, що об'єднує різні музичні жанри та виконавців для підтримки єднання і морального духу населення.

Створити сприятливе середовище для просування національного бренду допомагає культурна дипломатія, і саме освіта й культура – це елементи національної безпеки. Сильна культура та якісна освіта формують світогляд громадян, і сприйняття країни закордоном. За показниками Eurostat, у Євросоюзі перебувають 4,27 млн українських біженців, які зараз також впливають на формування образу України в Європі. Через культурну дипломатію, академічні, комунікаційні й дослідницькі проєкти, а також взаємодію з громадянським суспільством ми можемо вибороти для країни необхідні голоси політиків для захисту України. Очевидно, що кожен проєкт працює із залученням митців, івент-менеджерів, журналістів, дослідників, волонтерів, тих, хто показує найкращий приклад, best practice цивілізаційного гуманістичного вибору курсу українців, і тут важко переоцінити роль менеджерів культури.

Налагодивши відносини з іншими країнами, маємо думати на довгу перспективу й системне залучення партнерів. В українських реаліях культивувати позитивний досвід дадуть змогу ресурси м'якої сили. Серед 100 держав Україна посідає 61 місце в рейтингу Global Soft Power Index 2021, за час російсько-української війни (2022–2024) такого рейтингу не проводили. Але, на наше переконання, позиції були би кращими, якби українські посольства в Європі активніше використовували ресурси м'якої сили. Наприклад, популяризували українську мову, літературу, музику, театр, експортували інтелектуальні й мистецькі продукти. Сюди також належить діяльність діаспори та ЗМІ з лояльною іноземною аудиторією, і в цьому сенсі важлива роль наших виставок, перфомансів, участі в міжнародних науково-практичних конференціях, івентах.

З власного досвіду можемо підтвердити, коли ми демонструємо свої цінності культури, волонтерські програми – нас охоче підтримують у політичній боротьбі за звільнення від рашистських окупантів. У листопаді 2023 року на запрошення французької Асоціації Unis pour l`Ukraine вже вдруге від початку повномасштабної війни я виступала перед представниками різних громад Франції, серед них педагоги, науковці, підприємці, журналісти. У містечку Ліль на півночі Франції, звідки родом Шарль де Голль, щорічну міжнародну філософську конференцію від Citerhilo Lille Hauts-de- France, було проведено під патронатом французько-української асоціації, де темою була The Power Of Women («Сила жінки») (*рис. 2*).

Запитань було багато: які жінки нині воюють у Збройних силах України та які обіймають посади, які історичні постаті за часів Гетьманщини, жінки з армії Січовиків і Другої світової війни є праобразами сьогоднішніх воїтельок-героїнь. Всю цю інформацію було вплетено в сучасну музичну канву пісні «Ой у лузі червона калина…». І мало відомо, що пісню написав у 1914 році в Галичині Степан Чарнецький за мотивами останнього куплету козацької пісні XVII століття «Розлилися круті бережечки», виконували її Січові стрільці, і вона стала народною. На наш подив, цю пісню-символ знають у Франції.

Під час демонстрацій, маршів за участі біженців, української діаспори перед Сенатом з вимогою створити Спеціальну комісію Євросоюзу на повернення депортованих дітей з України, звучала саме ця пісня. Комунікація з великим колом емігрантів, які живуть нині в Парижі, дає вагомі результати, які не доступні нашими державним інституціям, що надто бюрократизовані.

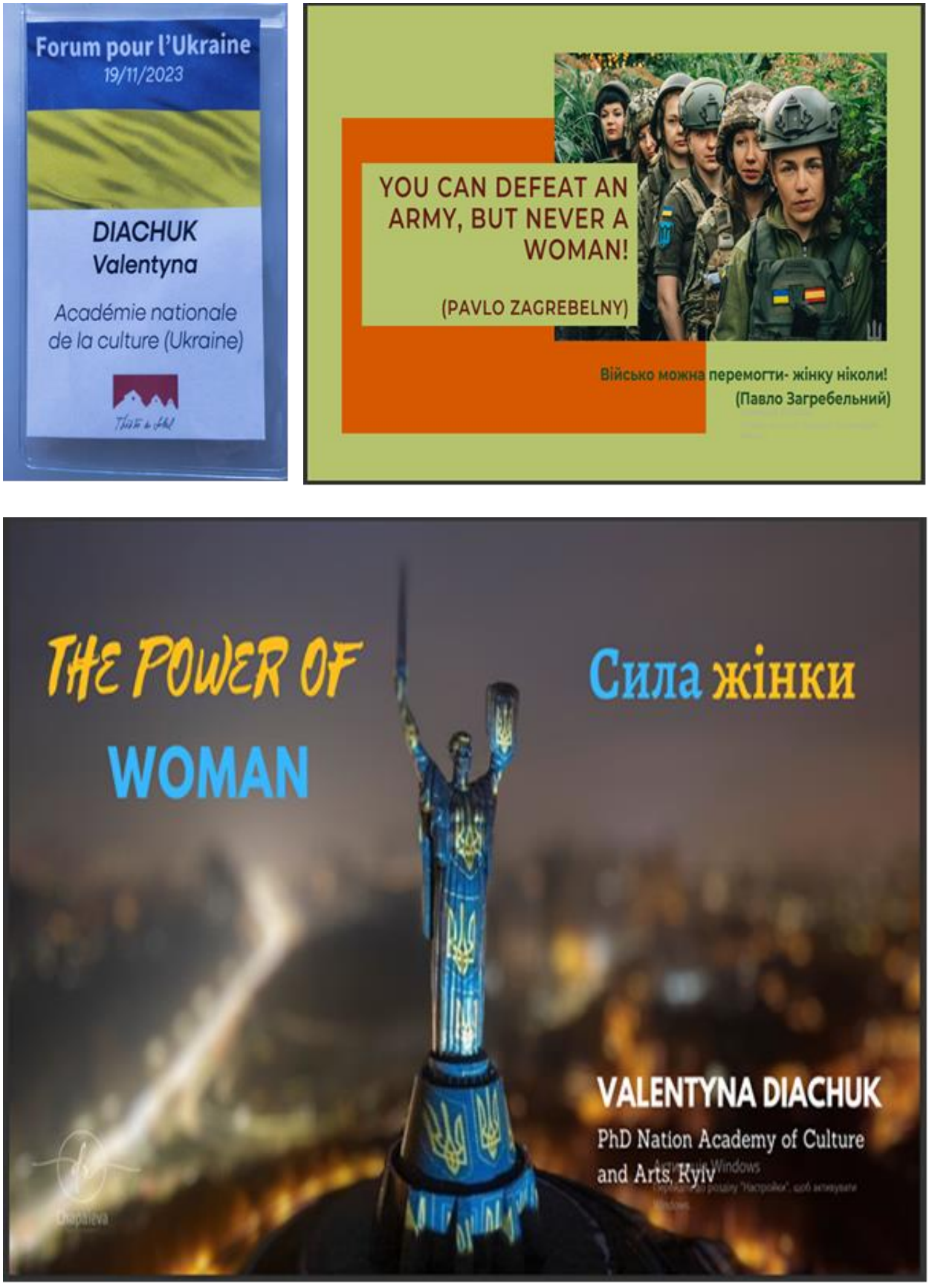



*Рис. 2.* ***Виступ авторки на Міжнародній філософській конференції від Citerhilo Lille Hauts-de- France на тему The Power Of Women («Сила жінки», 2023)***

Тому стратегії привабливого бренду передують реформи. Вони допомагають розкрити потенціал країни, а також сформувати певний стандарт, за яким її впізнають у світі. Як концептуальний образ, бренд держави доповнюють айдентика, гасла, візуалізація, проморолики – проте це межові елементи стратегічного ланцюжка. Яскравої обгортки не достатньо, потрібні події, які побудовані на змагальності країн і впливають на ставлення, повагу іноземців до України.

Коли під час проведення міжнародних мистецьких фестивалів оголошують, що виступають представники країни, яка, за Всесвітньою книгою рекордів Гіннеса, має у своєму арсеналі найбільшу у світі кількість пісень, це додає гордості за свою країну й українців. З досвіду як виконавчого продюсера Національного телемарафону «Пісня об'єднує нас!» відмітимо: відчуваєш гордість за свою причетність до організації і проведення найдовшого у світі музичного телевізійного марафону національної пісні в прямому етері.

Один із прикладів вдалого промоутування України через масову культуру – трансляція марафону «Пісня об'єднує нас!». Розпочався захід 29 березня 2012 року о 5:30 в інтернеті на сайті й у цифровій версії «Першого національного», а з 12:30 31 березня – і в прямому ефірі «Першого національного» й телеканалу «Ера». 2 квітня о 12:39:27 Україна побила світовий рекорд у категорії «найдовший у світі музичний телевізійний марафон національної пісні в прямому ефірі». Він був зафіксований представниками Книги рекордів Гіннеса та Національного реєстру рекордів України, які постійно стежили за перебігом події (*рис. 3*). Попередній такий рекорд установила Італія з 21 по 25 березня 2010 року в місті Пезаро й становив 103 години 9 хвилин 26 секунд.

*Рис. 3.* ***Учасники музичного телемарафону «Пісня об'єднує нас!»***

Український телемарафон тривав упродовж 55 годин без перерви (з повною трансляцією в інтернеті – 110 годин). «Пісня об'єднує нас!» – це національний мегапроєкт, покликаний популяризувати Україну та українську пісню у світі, зберегти національну ідентичність, сформувати золотий фонд української пісні, виховати почуття патріотизму в молоді, підтримати українську мову та молодих виконавців, консолідувати українське суспільство. Ідейні натхненники марафону: Єгор Бенкендорф – генеральний директор Національної телекомпанії України; Михайло Поплавський – ректор Київського національного університету культури і мистецтв; Ігор Лоташевський – генеральний директор телекомпанії «Ера». Фіксували світовий рекорд: Віталій Зорін – експерт Національного реєстру рекордів України; Віней Шарма – офіційний суддя Книги рекордів Гіннеса. Над проєктом працювали 2012 людей – музиканти, технічний і творчий персонал. Удалося залучити як найпопулярніших зірок, так і молодих талановитих виконавців. До участі були запрошені виконавці різного віку, що представляють усі жанри – від української народної до сучасної пісні. На сцені виступили представники різних національностей: українці, вірмени, грузини, євреї, татари та ін.

Крім того, рекордний телемарафон України побачили 155 країн, а отже, він відкрив світовій спільноті всі грані українського співочого таланту. Важливо, що всю адміністративну, організаційну, режисерську роботу виконали студенти та викладачі мистецького навчального закладу, що є прикладом теоретично-практичної підготовки фахівців і свідомих громадян, оскільки всі працювали на волонтерських засадах заради спільної мети – вибороти титул найспівочішої нації у світі!

## *Висновки*

Світ нині переживає складний період трансформації суспільства й системи міжнародних суспільних відносин, тому науковці й практики мають приділити пильну увагу теоретичному осмисленню і розробці технологій упровадження культурологічної адаптивної системи збереження і примноження людських цінностей, які стануть на заваді невігластву, садизму, збоченням, окультизму. Весь цей негатив нині демонструє зомбоване російське суспільство. А від того, наскільки молоде покоління національно свідоме, патріотичне, готове взяти на себе відповідальність за розвиток і збереження духовності та культурних здобутків української держави, значною мірою залежить доля країни, її національні інтереси. Фахівці та громадянське суспільство просто зобов'язані боротись за:

– створення охоронно-природних територій, щоб посилити взаємодію людини з природою, зберегти природні заповідники;

– охорону всесвітньої культурної спадщини (пам'яток архітектури, історичних цінностей, важливих археологічних знахідок);

– охорону нематеріальної культурної спадщини: мови, національної музики, ритуалів, усної народної творчості, ремесел;

– збереження історичних документів, архівів.

Тільки об'єднавши зусилля, люди можуть зберегти культурну спадщину своєї країни і всього світу. Досліджуючи ці аспекти та використовуючи зазначені

стратегії пошуку, матимемо глибоке розуміння сучасних моделей освіти та науки в гуманітарній сфері і способів інкорпорування креативних практик у діяльність культурних закладів у XXI столітті.

Економічна успішність українського суспільства напряму залежить від його культурного розвитку. За відсутності усвідомлення культурної ідентичності (у найширшому сенсі слова) – а це і культура праці, і величина соціального капіталу, і потенціал довіри у суспільстві – економічний успіх спільноти не можливий. Як показує український досвід останнього часу, економіка не може забезпечити політичної та культурної єдності демократичної спільноти ані сама, ані як домінуюча сила.

Одним із важливих завдань постає збільшення так званої довжини горизонту – глибини перспективи терміну, на який люди планують власне життя. Саме життєві цінності визначають довжину горизонту.

Однак водночас виникають і виклики. Комерціалізація культурних процесів може призвести до стандартизації та втрати автентичності. Культурний імперіалізм може пригнічувати менш представлені культури та маргіналізувати їх виразність. Тому важливо забезпечити рівноправність, розмаїття та захист.

Мудрий філософ Григорій Сковорода писав, що людина народжується двічі – фізично і духовно: Біля духовної колиски стоїть духовний наставник – учитель, який стає людині другим батьком, матір'ю, бо прищеплює її душі моральні якості віри, надії, любові, глибокої поваги до рідної землі, свого роду, держави.

Отже, студенти нашого навчального закладу розвивають свій творчий потенціал, який формує духовну культуру завдяки наставникам, педагогам, кураторам, основне завдання яких – дати можливість студентам відчути успіх, повірити в себе і знайти своє місце в житті.

***Список використаних джерел***

1. Маск: штучний інтелект – найбільший екзистенційний ризик для людства. Що про ці виклики кажуть на саміті AI Safety у Британії? URL: https://www.holosameryky.com/a/britain-artificiaintelligence/7337217.html/ (дата звернення 18.04.2024).

2. Кім Чен Ин заборонив самогубства у Північній Кореї: там йдуть з життя цілими сім'ями. URL: https://tsn.ua/svit/kim-chen-in-zaboroniv-samogubstva-u-pivnichniy-koreyi-tam-vchinyayut-suyicidi-cilimi-sim-yami-2345719.html (дата звернення: 18.04.2024).

3. Судакова В. С. Культурні практики та проблеми їхньої модернізації в культурному просторі сучасних суспільств. *Культурологічна думка*. 2020. № 1. С. 166.

4. Skokova L. Kulturni praktyky v suchasnomu suspilstvi: teoretychni pidkhody ta empirychni vymiry. Kyiv: Instytutu sotsiolohii NAN Ukrainy, 2018.

5. Андрейчук Н. Парадигма як термін. Львівська політехніка, 2008. URL: https://vlp.com.ua/files/52_3.pdf. (дата звернення: 18.04.2024).

6. Гашимова М. Солом'янські котики – як працюють волонтери в умовах повномасштабної війни – фото (focus.ua). 25 серпня 2023 року, 17:00. URL: https://focus.ua/uk/ukraine/588154-solom-yanski-kotiki-budemo (дата звернення: 18.04.2024).

7. Про внесення змін до деяких законів України щодо окремих питань, пов'язаних із проходженням військової служби під час дії воєнного стану : Закон України від 28.06.2023 № 3161-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/3161-IX. (дата звернення: 18.04.2024).

8. Пелех Ю., Матвійчук А., Білоус Т. Ціннісний інтелект людини в осмисленні і вирішенні сучасних соціальних проблем. *Нова педагогічна думка*. 2021. Т. 106, № 2. С. 77–83. DOI:

https://doi.org/10.37026/2520-6427-2021-106- 2-77-83.

9. Декларація Мехіко щодо політики у сфері культури (26 липня – 6 серпня 1982 р.). Україна в міжнародно-правових відносинах. Київ : Юрінком Інтер, 1997.

10. Агенція регіонального розвитку. URL: https://ardvin.org.ua/pro-nas/novini-agentsiji/1415-vidbulosya-zasidannya-fokus-hrupy-z-pytan-kreatyvnykh-industriy-v-ramkakh-spivpratsi-z-proyektom-ucord. (дата звернення: 18.04.2024).

11. Шевчук Д. Постмодерний стан культури: пропозиція концептуального осмислення. *Наукові записки* 2008. Вип. 3. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/356/1/3_08_2.pdf (дата звернення: 18.04.2024).

12. Нормативно-правові акти Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: https://mcip.gov.ua/mystetstvo/ normatyvno pravovi-akty/ (дата звернення: 18.04.2024).

13. Ларіна Т. Ф., Павленко Н. В. Економічна теорія. Харків, 2015. 310 с.

14. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: https://mkip.gov.ua/documents/261.html (дата звернення: 18.04.2024).

15. Грицак Я. Війна і насильство війни породили Україну як націю. URL: https://zbruc.eu/node/90607 (дата звернення: 18.04.2024).

***Цитування розділу 5:*** Дячук В. П.. Практична культуротворча діяльність як стратегічний ресурс суспільства. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 82–101.

## Розділ 6

# ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЯК ЧИННИК ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## 6.1. Використання інноваційних технологій навчання в сучасній системі підготовки фахівців культурних і креативних індустрій

Сучасні методи навчання, які охоплюють як цілком нові, так й оновлені традиційні методи викладання, поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології, авторські методики, що ґрунтуються на творчій співпраці між викладачем та студентами, враховують індивідуальні особливості кожного учасника освітнього процесу, орієнтуються на активну участь у саморозвитку та опановуванні професійними компетенціями. *Найбільш поширені методи*: компетентнісні, спрямовані на розвиток навичок, умінь і якостей, які максимально наближені до професійних завдань; інтегровані методи навчання, що поєднують різні методики побудови занять: заняття-подорож, заняття-ділова зустріч, заняття-навчальна конференція; проєктно-дослідницький метод, орієнтований на розвиток пошукових, аналітичних якостей студентів, а також навичок командної роботи.

Як зазначає Т. Філіна, інноваційні методи навчання, що використовують у системі сучасного освітнього процесу, включають інтерактивні засоби, форми й методи освітньої діяльності в інтерактивному інформаційному середовищі закладу вищої освіти [18]. Серед інтерактивних методів, які доцільно використовувати під час вивчення дисциплін туристично-рекреаційного спрямування, передбачених освітньою програмою «Менеджмент соціокультурної діяльності» для першого та другого рівнів, варто вказати й такі: проєктування, моделювання ситуаційних ігор, проведення круглих столів, мозкових штурмів, майстер-класів, відеоогляд ів, складання портфоліо, карти ідей та ментальних карт, сторителінг тощо.

Розглянемо детальніше використання окремих інноваційних методів навчання під час проведення практичних і семінарських занять з дисциплін «Рекреалогія», «Індустрія туризму» та «Індустрія гостинності». Використання методу *сторителлінг* передбачає подання навчального матеріалу або завдання у вигляді захопливої розповіді, цікавої історії, наповнення тексту інформацією, що впливає на емоційну, мотиваційну, когнітивну сфери слухача і, отже, розвиває в студентів уяву, логіку та підвищує рівень засвоєння теми. Використання легенд, міфів, цікавих історій для виділення об'єктів при складанні туристичного маршруту дозволяє не лише ефективно передати знання чи донести інформацію до аудиторії, презентувати власну ідею чи себе, а й мотивувати на певні вчинки й отримати максимально високі результати [15].

Під час виконання практичного завдання з дисципліни «Індустрія туризму» до теми «Пріоритетні напрями розвитку традиційних та новітніх видів туризму у світі та Україні в умовах становлення «смартсуспільства» студентам пропонуємо стати флешпекерами – бюджетними мандрівниками з гаджетом – і підготувати презентацію з використанням опису своїх вражень та фото з подорожей

Україною для популяризації окремого туристичного об'єкта в соціальних мережах. Одне із завдань модульної контрольної роботи сформульоване так: створіть маршрут, легенду та виберіть об'єкти для геокешингу по одному із промислових районів України.

*Портфоліо* як метод орієнтований на індивідуалізоване навчання студентів, забезпечує набуття досвіду опрацювання великої кількості різноманітних джерел для виконання комплексних практичних робіт, інтегрування навичок використання інформаційних технологій у професійну діяльність, особливо, якщо це стосується характеристики елемента матеріальної чи нематеріальної культурної спадщини [2]. Зокрема, практичне заняття з дисципліни «Рекреалогія» до теми «Історико-культурна спадщина як ресурс групи відновлення» має завдання, що передбачає створення портфоліо одного з маловідомих історико-культурних об'єктів України для розміщення у вікіпедії та подання висновків щодо перспектив впровадження новітніх інформаційних технологій у популяризацію історико-культурних ресурсів.

*Заняття на основі інформаційно-комунікаційних технологій*. Такий метод включає роботу з додатками, комп'ютерними програмами, віртуальними словниками, інтерактивними картами й іншими ресурсами, зокрема використання можливостей штучного інтелекту. У своїх рекомендаціях ЮНЕСКО наголосила на необхідності схвалення урядами навчальної програми ШІ для шкільної освіти, професійно-технічної та вищої освіти [22]. Завдання на використання штучного інтелекту є і в практичних роботах, наприклад: охарактеризувати можливості використання штучного інтелекту для організації ділових подорожей. Використання генеративного штучного інтелекту вже спостерігаємо під час підготовки студентами самостійних робіт, що суперечить самому принципові самостійності, виконанню курсових проєктів, інших наукових дослідженнях. Важливо, щоб навички роботи із ШІ не обмежувалися лише створенням текстів, бо це вступає в дисонанс із цінностями вищої школи та створенням освітнього середовища, яке сприяє саморозвитку й самоосвіті студентів.

Більш індивідуалізований спосіб навчання з використання інформаційно-комунікаційних технологій – це *метод віртуального кросовера*. Приклади таких завдань: 1. Перегляньте віртуальну екскурсію Музеєм сучасного мистецтва в Парижі та запропонуйте свій маршрут цим музеєм. 2. Охарактеризуйте проєкти цифровізації туристичних маршрутів та об'єктів в Україні і світі. 3. Опишіть одне із міст Південної Кореї, у якому реалізована концепція «смартдестинації». Офіційний аудіогіди, електронні гіди, мобільні додатки «доповненої реальності», пов'язані з організацією транспортних турів та екскурсійних маршрутів; відеокартопроєктування, використання смарттехнологій та QR-кодів у музеях тощо дозволяють більш повно розглянути пріоритетні напрями розвитку традиційних та новітніх видів туризму у світі та Україні в умовах становлення «смартсуспільства».

Ще один поширений сучасний метод навчання – це *онлайн-діалоги і дискусії, відеоконференції*, за допомогою яких студенти можуть обговорювати теми, ставити питання та ділитися думками в реальному часі. Під час виконання практичного заняття «Специфіка надання послуг харчування в гастрономічних, винних, екзотичних турах» (дисципліна «Індустрія гостинності») студентам

необхідно виконати такі завдання: 1. Запропонувати тематику stimulating talks або стимулятора інтелектуальних бесід (популярні лекції і зустрічі з діячами культури, мистецтва і науки) для одного із закладів ресторанного господарства України. 2. Розробити програму артпікніка.

У форматі дистанційного навчання форми подачі матеріалу можуть бути в асинхронному (опрацювання матеріалу студентом відбувається без участі викладача в довільному порядку) і синхронному форматах (у режимі реального часу): відеоконференції у форматі лекцій або семінарів-вебінарів; онлайн-дискусії; індивідуальне та групове консультування, за якого викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання; віддалені практикуми, онлайн-опитування і тестування; інтерактивний семінар. Отже, під дистанційним навчанням розуміємо індивідуалізований процес набуття знань, умінь, навичок і способів пізнавальної діяльності людини, який відбувається переважно за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників навчального процесу в спеціалізованому середовищі, що функціонує на базі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій [11].

Однією з головних переваг комплексного використання традиційних і комп'ютерно орієнтованих методів, засобів та форм дистанційного навчання є те, що воно дає можливість у повному обсязі використовувати безмежні можливості інформаційних технологій, які стають реальною умовою успішності навчального процесу. Аудиторна та самостійна робота студентів у процесі організації такого навчання абсолютно врівноважені та взаємопов'язані, а впровадження комп'ютерно орієнтованих засобів навчання та використання мережі «Інтернет» є надзвичайно необхідним елементом [19, 214].

*Матеріальною основою сучасного програмованого навчання* є навчальна програма, окремі модулі якої завантажуються в стрічку, та сформовані завдання для семінарських і практичних робіт, самостійної роботи і модульного контролю у гугл-класі. У методах такого навчання поєднують нові і традиційні ідеї. Застосовувані методи можна розділити на:

– методи пред'явлення інформації;

– методи виконання програмованих завдань;

– методи контролю і корекції [7].

Головні особливості технології програмованого навчання:

– навчальний матеріал надають невеликими «порціями»; для переходу до нової «порції» матеріалу студент повинен правильно відповісти на контрольні запитання щодо попередньої «порції»;

– студент негайно дізнається про те, правильно чи неправильно він відповів на контрольні запитання, тобто про те, чи засвоїв він навчальний матеріал;

– студент може працювати активно з тією швидкістю, яка відповідає його індивідуальним особливостям, водночас за необхідності можна задавати потрібний ритм роботи [4].

Це сприяє підвищенню ефективності управління навчальним процесом збільшенню частки самостійної роботи студентів.

Високий ступінь залучення студентів до процесу навчання за рахунок використання проєктних технологій зумовлений передусім творчим характером

навчальних занять та активізацією мислення і діяльності студентів під час безпосередньої взаємодії студентів між собою, а також з викладачем. Дослідники розрізняють такі види активного навчання: ділова гра, драматизація і театралізація, синектика, інверсія, мозковий штурм (атака), метод фокальних об'єктів, метод групової дискусії, метод евристичних питань, метод морфологічного аналізу, ігрове проєктування, імітаційний тренінг, психотехнічні ігри та тренінги, організаційно-ділові ігри, організаційно-розумові ігри та ін. [9].

Під *проєктною технологією («методом проєктів»)* також розуміють системну організацію проблемно орієнтованого навчального пошуку, який спрямований на те, аби студенти навчилися певним встановленим правилам подання спочатку наукових доповідей, презентацій чи роздаткових матеріалів, модульних чи конкурсних робіт, а пізніше проєктів, що описують у курсових, дипломних бакалаврських і магістерських роботах. На практичних і семінарських роботах проєктна діяльність студентів зазвичай це google-презентації або колаборативні проєкти, що розвивають навички комунікації і взаємодії на відстані під час роботи в команді над спільними маршрутами. Наприклад, практичні роботи з дисципліни «Індустрія туризму»: розробити маршрут по одному зі старопромислових районів України, за прикладом транскордонного проєкту «Європейський маршрут індустріальної спадщини»; запропонувати туристичні маршрути, які можна використати для розвитку внутрішнього туризму у вашому регіоні, маршрут має бути складений з описом цікавих туристичних локацій, які мало використовують у відомих туристичних фірмах.

*Аналіз ситуації (кейс-метод)* як навчальний метод використовують для того, щоб осмислити чи змоделювати реальну життєву ситуацію, опис якої одночасно не тільки відображає яку-небудь практичну проблему, але й актуалізує визначений комплекс знань, що допомагає сформувати компетентності при розв'язанні проблеми, розвинути навички аналізувати та критично мислити, проявити рівень професіоналізму учасників [14, 206]. Ключовим елементом сутності кейс-методу є те, що аналізується така ситуацію, для розв'язання якої немає достатнього обсягу інформації та однозначних рішень, що вимагає від студентів використовувати системний підхід до пошуку нестандартних ідей, засобів і способів вирішення ситуації.

Такими викликами для сучасної української молоді є воєнні дії на значній частині території України, які перешкоджають розвитку туристично-рекреаційної діяльності та визначають низку проблем для прогнозування шляхів виходу з кризи українського туристичного ринку в післявоєнний період. Кілька семінарських і практичних робіт з рекреалогії акцентують на цих завданнях. Зокрема, практичне заняття до теми 3.3 «Сучасний стан та перспективи розвитку ТРК та курортного господарства України» має на меті розглянути регіональні особливості оздоровчих закладів України, здійснити аналіз факторів, що обмежують розвиток рекреаційної діяльності в Україні, на основі результатів дослідження подати висновки щодо пріоритетних напрямів державної політики в галузі рекреації і туризму та назвати перспективні шляхи поліпшення здоров'я населення України в післявоєнний період; у завданнях практичного заняття до теми 2.3 «Соціально-економічна ефективність використання природних й історико-культурних

рекреаційних ресурсів» є такий пункт: здійснити оцінку стратегій, програм та окремих проєктів використання історико-культурних ресурсів для розвитку рекреаційної сфери окремої галуз та надати пропозицій щодо покращення ефективності освоєння історико-культурного ресурсного потенціалу цієї адміністративної одиниці.

Орієнтація на наближення навчання до реалій професійної діяльності властива *технологіям ситуативного моделювання*, що надають можливість студентам набути практичний досвід. При виконанні практичної роботи «Туристичні підприємства і рекреаційні заклади: специфіка діяльності на туристичному ринку України» (дисципліна «Індустрія туризму») студенти мають виконати такі завдання: 1. Створити віртуальну туристичну фірму, визначити її основні і додаткові напрями діяльності. 2. Придумати своїй туристичній фірмі назву, логотип та девіз відповідно до напрямів майбутньої діяльності. 3. Здійснити аналіз потенційних ризиків і проблем у пошуках власної ніші на туристичному ринку, порівняти їх зі специфікою діяльності подібних туристичних закладів України. 4. Зробити висновок про значення різних типів туристично-рекреаційних підприємств, залежно від їх спеціалізації для розбудови інфраструктури регіону.

## 6.2. Рекреаційно-туристична діяльність у системі соціально-культурного розвитку територій (досвід викладання дисциплін, передбачених освітньою програмою «Менеджмент соціокультурної діяльності» (готельний, туристичний, рекреаційний)

Зростання ролі природних та культурних ресурсів у відпочинку й рекреації актуалізує необхідність розробки нових форм і методів підготовки фахівців соціокультурної діяльності, що передбачають творчий розвиток особистості, пошуки ефективного шляху до самореалізації і найповнішої реалізації організаторських здібностей і талантів, поглиблення знань про територіальну диференціацію туристичних потоків, виявлення закономірностей формування локальних рекреаційних комплексів для гармонізації функціонування установ рекреаційного фонду та туристської активності населення. У сучасних умовах глобалізації суспільних процесів рекреаційно-туристична діяльність перетворилась на один із найважливіших соціально-економічних чинників регіонального розвитку, що нерозривно пов’язана з культурними та рекреаційними потребами й спрямована на створення оптимальних умов для їх реалізації.

Завдяки забезпеченню висококваліфікованими спеціалістами, що передбачає оволодіння системою наукових понять і категорій та набуття практичних навичок у системі підготовки менеджерів креативних та культурних індустрій, стає можливим розвиток не лише гуманітарної сфери, а й туристично-рекреаційних галузей, що включають санаторно-курортне господарство, масовий відпочинок і дозвілля в туристично-готельних комплексах. Підготовка фахівців такого рівня базується на багатоступеневій системі навчання та поєднанні ґрунтовних знань і практичної підготовки з менеджменту соціокультурної діяльності та знань про сучасний стан, основні показники, тенденції і перспективи розвитку дисциплін туристичного спрямування.

У цьому контексті такі дисципліни, як «Рекреалогія», «Індустрія туризму» та «Індустрія гостинності» передбачені освітньою програмою «Менеджмент соціокультурної діяльності» (готельний, туристичний, рекреаційний) першого (бакалаврського) рівня сприяють: виявленню складових рекреаційно-ресурсного потенціалу окремих територій; оцінці рекреаційних ресурсів та ефективності їх використання для оптимізації функціонування туристсько-рекреаційного господарства України; дослідженню зарубіжного та вітчизняного досвіду створення та функціонування туристичних територій і спеціалізованих видів туризму; вивченню умов формування та розвитку інфраструктури ринку туристичних і готельних послуг; ознайомленню із сучасними технологіями обслуговування в туристичних і готельно-ресторанних закладах; аналізу особливостей дозвіллєво-екскурсійного забезпечення підприємств індустрії туризму й гостинності; визначенню основних напрямів співпраці закладів готельно-ресторанного бізнесу та туристичних підприємств; вивченню систем організації рекреаційної й дозвіллєвої діяльності населення з метою вироблення практичних навичок якісного надання культурно-дозвіллєвих послуг у туристичному та готельному господарстві і завдяки цьому досягненню високого рівня соціокультурного обслуговування населення; поглибленню інтелектуальних і соціальних складових творчого мислення майбутніх фахівців соціокультурної сфери, вмінню використовувати потенціал культуротворчої місії академічної освіти [12] – для знаходження нових підходів до співпраці із зацікавленими стейкхолдерами при реалізації гуманітарних проєктів, інноваційних форм роботи з різними верствами населення, збагачуючи сучасні культурні практики креативними засобами.

Систематичне й комплексне засвоєння особливостей механізмів функціонування структурних елементів туристичної галузі, завдань підвищення ефективності суспільного виробництва, професійна підготовка фахівців сфери культурно-дозвіллєвих послуг, що працюють в умовах ринку, оволодіння знаннями і навичками в галузі менеджменту соціокультурної діяльності набуває першорядного значення. Спеціалізація підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу поглиблюється і взаємопов’язана із такою найважливішою тенденцією, як упровадження інноваційних розважальних технологій. Розуміння специфіки функціонування туристично-рекреаційних закладів, сучасних підходів до створення креативних концепцій функціонування і розвитку підприємств готельно-ресторанного сервісу допоможе фахівцям у побудові успішної майбутньої професійної діяльності.

Основними організаційними формами навчального процесу з дисциплін «Рекреалогія», «Індустрія туризму», «Індустрія гостинності» є академічні лекції, семінарські та практичні роботи, індивідуальні заняття, консультації, самостійна робота студентів та методи контролю знань студентів.

Провідною формою навчання у ЗВО є *лекція*. Її головна дидактична мета – це формування орієнтовної основи для подальшого засвоєння студентами навчального матеріалу [5]. На лекціях висвітлюють складні розділи курсу, призначені для теоретичного осмислення та узагальнення. Активізація логічного мислення під час лекції відбувається шляхом створення проблемних завдань.

Під час навчання студенти мають не лише оволодіти сумою теоретичних знань з дисципліни «Рекреалогія», а й навчитися самостійно формувати знання та вміннями застосовувати їх на практиці, що є логічним продовженням підготовки фахівців з менеджменту дозвіллєвої діяльності.

*Семінари* як вид навчальних занять практичного характеру, сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів, допомагають розвивати логічне мислення, виробляють вміння аргументувати власні судження на основі наукових фактів. Семінар – це особлива форма організації навчальних практичних занять, спрямованих на поглиблення, розширення, деталізацію і закріплення теоретичного матеріалу [16, 71].

Технологія організації та проведення семінарських занять передбачає попереднє ознайомлення з навчальною, науковою та методичною літературою, періодичними й довідковими виданнями, інформаційними ресурсами мережі «Інтернет», систематизацію результатів цієї роботи та підготовку виступу на семінарському занятті. Залежно від теми семінару виступ студентів може бути у вигляді усної відповіді на запитання викладача, повідомлення на визначене завдання, коментаря змісту текстового матеріалу, обговорення та оцінювання письмових рефератів студентів. Семінарські заняття дають змогу не лише транслювати знання, а й набувати досвід організації пізнавальної діяльності своїх товаришів.

Тому доцільно вдумливо занотовувати відповіді доповідачів, відмічати власні спостереження та висновки, щоб пізніше використати їх для обговорення проблемних завдань і внесення конкретних пропозицій щодо їх розв’язання.

*Практичні заняття* призначені для закріплення і більш глибокого вивчення визначених аспектів лекційного матеріалу на практиці, звідси їх головне завдання – закріплення, переведення в довготривалу пам’ять знань, умінь і навичок з тієї чи тієї навчальної дисципліни, оволодіння апаратом наукових досліджень [10, 232].

Практичне заняття – форма навчального заняття, при якому викладач організовує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентами практичних завдань. Практичні заняття можуть передбачати самостійну індивідуальну чи групову роботу студентів з розв’язання проблемних ситуацій та ін.

Мета практичного заняття відповідно до вимог кваліфікаційної характеристики фахівця індустрії дозвілля – засвоєння теоретичного і практичного матеріалу, розв’язання завдань, виробничих ситуацій, що сприяє розвитку мислення студентів, їх самостійності, формує в них навички самооцінки практичної діяльності.

Відповідно до мети, завдання та змісту заняття група може працювати всім складом, а також може бути поділена на мікрогрупи. Під час практичного заняття забезпечують участь кожного слухача в обговоренні питання, виконанні практичних завдань. Для цього використовують такі прийоми: постановка додаткових запитань, деталізація різних аспектів основного питання; звернення до сучасного практичного досвіду; індивідуалізація завдань чи розподілення ролей;

ускладнення ситуацій; створення дискусійних моментів тощо; опора на акти чинного законодавства; аргументованість відповідей слухачів, їх пропозицій; забезпечення викладачем активної участі слухачів у бесідах, обміні думками; наявність зацікавленої професійної дискусії.

Необхідно спрямувати увагу слухачів на особливо важливі аспекти практики, цінний досвід, можливість та доцільність їх використання в роботі студентів. Практичні заняття з курсу «Рекреалогія» є першим етапом, з якого починається практична підготовка туристично-рекреаційного спрямування майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності. На ньому закріплюють знання, здобувають перші практичні вміння і навички, закладають основи для виконання професійних завдань на подальших етапах практичної підготовки – навчальної, виробничої практики.

*Самостійна робота* є позааудиторною формою навчання і призначена для самостійного ознайомлення студента з визначеними розділами дисципліни за рекомендованими викладачем матеріалами.

*Індивідуальні заняття* студентів організовані за проблемно-пошуковим принципом і є доцільним, ефективним та актуальним методом у процесі набуття знань з фаху. Саме тому одна із перших самостійних робіт з дисципліни «Індустрія туризму» має таке завдання: проаналізувати стан забезпечення бібліотеки НАКККіМ спеціалізованою туристичною літературою.

Навчальна діяльність з фахової дисципліни – це насамперед процес наполегливої активної самостійної роботи студента. В умовах переходу до постіндустріального суспільства, що супроводжується швидкими змінами в усіх галузях знань, головним завданням майбутнього фахівця є оволодіння ефективними методами неперервної самоосвіти, з використанням освітнього середовища, яке, за визначенням Г. Ткачук, є сукупністю інформаційних ресурсів (засобів, інструментів, технологій, методів, сервісів, спільнот), що використовують студенти з метою набуття знань, стимуляції навчальної активності, розвитку особистісних якостей, із застосуванням всіх видів навчальних ресурсів закладу (електронна бібліотека / репозитарій, сайти відділів та підрозділів, факультетів, кафедр, персональні сайти викладачів, блоги тощо), що функціонують у тісній інтеграції з онлайн-сервісами мережі «Інтернет» та хмарними обчисленнями [17, 261].

Самостійна робота студента є вирішальним чинником активізації пізнавальної діяльності, що виробляє здатність знаходити оптимальний вихід зі складних ситуацій, самостійно приймати відповідальні рішення, вдосконалювати свої професійні якості протягом життя, тому успішне оволодіння навичками опрацювання літературних джерел є фундаментальним видом самоосвіти студента.

Ефективне освоєння навчального матеріалу з дисциплін «Рекреалогія», «Індустрія туризму» та «Індустрія гостинності» передбачає організацію самостійної навчальної діяльності студентів за такими напрямами: сприймання, усвідомлення змісту лекції; систематизація одержаних знань в конспекті; самостійна робота з бібліографічними джерелами; підготовка до семінарських та практичних занять; виконання курсових робіт і проектів; підготовка до атестації в умова дії модульно-рейтингової форми організації і контролю знань; презентація та захист індивідуального творчого завдання; підготовка до заліків та іспитів.

Реалії цифрового суспільства вимагають подолання репродуктивного стилю спілкування, формування базових навичок людини відкритого інформаційного простору та вміння ці навички застосовувати. Пізнавальну активність і самостійність мислення студента забезпечують технології розвитку критичного мислення, характерною рисою якого є активний підхід людини до дійсності, усвідомлення її цінності, пошук причин і змісту того, що відбувається навколо, формування рефлексивної культури, вміння аналізувати, узагальнювати, аргументовано доводити свою позицію [13].

У процесі викладання дисципліни «Рекреалогія» використовують такі *методичні прийоми технології розвитку критичного мислення*:

- інсерт (інтерактивна система запису для ефективного читання і роздумів);
- групова дискусія (обмін думками, міркування, знаннями при обговоренні проблемного питання);
- кластери (спосіб графічної організації навчального матеріалу);
- «просунута лекція» (форма організації лекції з використанням активної навчальної моделі: виклик-осмислення-рефлексія);
- «дерево знань» (з'ясування позитивних і негативних наслідків кожного із варіантів вирішення проблеми);
- кейс-метод (обговорення короткої і конкретної навчальної ситуації);
- створення портфоліо (містить матеріали, що відбивають найкращі способи вирішення проблем під час підготовки семінарських і практичних занять, рекомендації і пропозиції до навчальної практики);
- метод проєктів (формулювання основних ідей з навчальної дисципліни під час виконання курсових та дипломних робіт, проведення творчих конкурсів, участі в наукових конференціях).

Методи, які спрямовані на розвиток критичного мислення, його активізацію, на розвиток умінь студентів здійснювати аналіз, на оцінюваннях та узагальненнях фактів (SWOT-аналіз, мозковий штурм, пітчинг, ПНЦ та ін.), активно використовують під час обговорення тем лекцій та виконання практичних і семінарських робіт. Зокрема, метод SWOT-аналізу, який дає змогу візуально представити інформацію, здійснити аналіз сильних і слабких сторін, визначитися із конкурентними перевагами, використовують на семінарських і практичних заняттях до теми «Комплексна оцінка території одного з регіонів України» з дисципліни «Рекреалогія». У практичній роботі «Технології використання природних та історико-культурних ресурсів в рекреаційній діяльності» запропоновано оцінити рівень використання соціокультурних технологій в освоєнні природних рекреаційних ресурсів у рекреаційній діяльності одного з регіонів (адміністративної області) України; здійснити аналіз якості соціокультурних технологій, що використовують в освоєнні історико-культурних та інфраструктурних ресурсів конкретного регіону, та чинників, що обмежують рекреацію (екологічна ситуація, антропогенне навантаження, відсутність або погана якість засобів розміщення рекреантів, низький рівень підготовки обслуговуючого персоналу тощо), і запропонувати перелік заходів для покращення якості рекреаційних послуг,

поліпшення рекреаційної інфраструктури регіону й технології покращення атрактивності його рекреаційного потенціалу.

Виконання *модульних контрольних робіт* є складовою частиною навчального процесу, який має бути багатофункціональним і поєднувати різні форми контролю. Найбільш поширеними в практиці викладання дисциплін «Рекреалогія», «Індустрія туризму» та «Індустрія гостинності» є модульні контрольні роботи у вигляді комплексної практичної роботи, що забезпечують закріплення знань, засвоєних у ході лекційних та семінарських занять з курсу, участі студента в конференціях, олімпіадах, дебатах різного рівня, під час виконання самостійної роботи, підготовки індивідуальних завдань та тестовий контроль знань, умінь і навичок, який дає змогу ефективно й об'єктивно оцінювати успішність, підвищити ритмічність і всебічність контролю з урахуванням індивідуальних рис студентів, систематичної роботи впродовж усього семестру [23].

Підготовка до виконання модульної контрольної роботи вимагає не лише повторення попередніх відповідних тем навчального курсу, але і їх більш глибокого осмислення. Оскільки рівень володіння навчальним матеріалом залежить від поєднання знань з навичками, то під час роботи над модульною контрольною роботою майбутній менеджер соціокультурної діяльності повинен виявити самостійність мислення, уміння обґрунтувати практичні рекомендації і пропозиції в поєднанні з логічною чіткістю володіння категоріальним апаратом. Під час підготовки до виконання модульної контрольної роботи студент повинен опрацювати рекомендовану обов'язкову та додаткову літературу. Як приклад поєднання знань і практичних рекомендацій під час виконання модульної контрольної роботи можна навести комплексну практичну роботу з дисципліни «Індустрія гостинності» модуля «Взаємозв'язки готельно-ресторанного бізнесу з індустрією туризму», на якій запропоновано розробити маршрут для гастрономічного гіда по одному із регіонів України, що містить такі об'єкти: концептуальні ресторани, етноресторани, ресторації-музеї, що пропонують спробувати фірмові страви, місця проведення гастрономічних фестивалів, агропромислові фірми, що пропонують дегустацію своєї продукції, майстер-класи з приготування певних страв, екскурсію по підприємству.

## 6.3. Інтенсифікація знань з теорії і практики організації конгресного і ділового туризму як ресурс удосконалення професійної компетентності працівників соціокультурної сфери

Домінантами в рекреаційній діяльності виступають фахівці, які працюють в ній, та туристичний потенціал певного регіону. Втім виявлення наявного туристично-рекреаційного потенціалу є далеко не найскладнішим завданням, оскільки практично про будь-яку освоєну територію, на якій розміщені пам'ятки історії та культури, природні об'єкти, що охороняють, об'єкти соціально-культурної сфери: музеї, готелі, ресторани, санаторії, бази відпочинку й ін., є докладні відомості. Актуальним постає завдання підготовки фахівців для сфери туристично-рекреаційного природокористування та створення умов для розвитку туризму і відпочинку в контексті сталого розвитку регіону. Для розробки й реалізації

проєктів розвитку соціокультурної та рекреаційної діяльності необхідно залучати фахівців соціокультурної сфери, очільників відділів культури й туризму місцевих і регіональних адміністрацій, інституційні структури з підтримки та розвитку малого й середнього бізнесу, викладачів і студентів, що фіксує потребу в артикуляції ціннісного виміру закладів вищої освіти та їх місії, яка полягає не лише в збереженні, трансляції та продукуванні знання, але й у розвитку культури громадянськості, яка дозволяє готувати до суспільного життя самостійних, критично мислячих та відповідальних громадян і професіоналів [8, 311].

Після суспільних зрушень у сфері культурного наслідування, спричинених російсько-українською війною, прискорилися процеси відновлення культурної самобутності й унікальності, утвердження національної свідомості та піднесення почуття національної гідності, що вилилося в переосмислення успадкованих культурних і природних цінностей, пошуках шляхів відновлення культурного розмаїття і традиційних промислів, популяризації маршрутів внутрішнього туризму, серед яких діловий туризм посідає чільне місце.

З метою інтенсифікації знань з теорії і практики соціокультурної діяльності в галузі конгресного і ділового туризму; основ менеджменту соціокультурної діяльності; теоретичних і практичних засад функціонування соціокультурної сфери; технологій розробки соціокультурних програм дозвілля для ділових туристів у межах дисципліни магістрам запропоновано розглянути організаційну модель конгресного та ділового туризму, спектр заходів конгресно-виставкового туризму в сучасних реаліях та проблеми підготовки фахівців конгресно-виставкового сервісу, здійснити аналіз системи професійної підготовки та перепідготовки вітчизняних кадрів для індустрії ділового туризму, виявити специфіку проєктування інсентив-туру та організації тренінгів з командоутворення на основі використання об’єктів культурної спадщини, з’ясувати характерні риси підготовки й проведення квест-екскурсій у природному й урбанізованому середовищі.

Саме різновиди внутрішнього туризму, такі як культурно-історичний, культурно-пізнавальний, науковий, спортивно-оздоровчий, сприяють глибшому знайомству із соціокультурним середовищем своєї країни та урізноманітненню дозвіллєвих програм ділових турів. Завдяки туристичним подорожам у різні регіони України вкладають кошти на охорону природи та розвиток культури, збереження пам’яток історії і народних промислів. Як суспільний феномен конгресний і діловий туризм може виступати джерелом інвестицій у нові дослідження національної культурної спадщини, стимулювати підтримку етнічних традицій під час насиченої культурної програми маршрутами України.

При вивченні тем модуля «Технології організації ділових турів» значну увагу приділено актуалізації вимог до планування ділової подорожі у зв'язку з активним розвитком ділового туризму й індустрії зустрічей (M1CE-індустрії), що включають такі підприємства: конгресно-виставкові центри, конгрес-готелі, конгресно-виставкові об'єднання, ділові центри, виставкові об'єднання, виставкові відділи державних і комерційних організацій, виставкові зали, фірми-організатори заходів, фірми інсентив-туризму, івент-агенції, музеї, артгалереї та ін.; а також програмному забезпеченню ділового туру відповідно до визначеної тематики, зокрема організації екскурсій та культурної програми; особливостям

проєктування інсентив-туру як заохочувальної колективної поїздки співробітників компанії і більш креативного туристичного продукту, що відрізняється інноваційними оригінальними пропозиціями й ідеями.

Передбачено проведення трьох практичних занять. Зокрема, у практичному занятті «Специфіка інсентив-туризму. Роль культурної спадщини у формуванні програм інсентив-турів» розглядають особливості різних видів інсентив-програм залежно від мети та географії найбільш популярних інсентив-напрямів і пропонують розробити тематику програм інсентив-турів по окремих регіонах України (5–6 програм для вибраного регіону), репрезентувати вибрані об'єкти для програм інсентив-туру та оцінити, як програмне забезпечення інсентив-туру змінюється відповідно до визначеної тематики та наявних історико-культурних ресурсів. Практичне заняття «Технології використання квест-екскурсій для організації team-building – командозгуртовуючих тренінгів» має варіативні завдання, які стосуються вдосконалення навичок проєктування екскурсій для ділових туристів з урахуванням особливостей місць проведення: музей, національний і дендрологічний парк, в історичному місті. Потрібно вибрати об'єкти, підібрати деталі, які будуть використовувати для кодів, питань і завдань, скласти маршрут для квест-екскурсій в музеї; скласти маршрут інтерактивної екскурсії для одного з національних чи дендрологічних парків; підібрати тему й написати сценарій костюмованої екскурсії (на вибір студента місце проведення); придумати правила гри та скласти маршрут квест-екскурсій в історичному місті, яка буде використана для командоутворення.

Теми модуля «Специфіка проєктування ділових турів в Україні» розширюють знання та навички використання особливостей ресурсного потенціалу для розвитку ділового туризму в Україні з урахуванням особливої української національної специфіки, на рівні відтворення національного середовища, українського колориту й атмосфери народної гостинності та свята, що здатне підвищити працездатність і творчу активність. Аналіз системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів для індустрії ділового туризму дозволяє дійти висновків, що за кордоном майбутні менеджери ділового туризму й інші учасники ринку бізнес-туризму отримують необхідні знання та навички переважно у формі додаткової професійної освіти, завдяки профільним програмам і курсам, а в Україні важливим аспектом розвитку ділового туризму та індустрії зустрічей є навчання фахівців, професіоналізм яких забезпечується за рахунок вивчення у вишах спеціальних курсів, серед яких «Організація конгресного і ділового туризму» посідає важливе місце.

Підвищення якості послуг соціокультурних підприємств, розроблення комплексної політики використання рекреаційних ресурсів актуалізує питання про вдосконалення професійної компетенції працівників соціокультурної галузі з надання послуг з організації ділових і конгресових турів, що передбачає налагодження ділової комунікації, обмін технологіями та інформацією, пошук нових ринків, пошук партнерів для інвестицій і спільних проєктів, просування компаній через PR-акції, навчання персоналу і впровадження корпоративної культури; набуття навичок з виявлення та використання рекреаційних ресурсів для розвитку конгресних і ділових турів на глобальному, регіональному й місцевому

споживчому рівні – усе це один з ресурсів інтеграції та розвитку компаній, через участь у виставках і конгресах, через бізнес-освіту. З урахуванням культурного й природного різноманіття України актуальним стає вивчення впливу ділового туризму, у його взаємозв'язку із видами культурного туризму, на розвиток окремих територій та його перспективи як ресурсу регіонального розвитку, оскільки в сучасному світі туризм із переважно економічного явища перетворюється на соціальний і культурний феномен [1].

Набуті знання дадуть змогу фахівцям, зазначеним вище, розробляти програми ділових поїздок й інсентив-турів; досліджувати ринок ділового туризму, поведінку споживачів, конкурентів і, відповідно до цих даних, організувати екскурсійну й культурно-розважальну програму в межах ділової поїздки; організувати рекламну та PR-компанію майбутнього заходу. Важливо, що під час проведення практичного заняття до теми 5.1 «Тенденції розвитку ділового туризму в Україні, його особливості та ресурсна база» виконують завдання на визначення напрямів діяльності для диверсифікованих бізнес-центрів України та інноваційних підходів до організації екскурсійної діяльності для ділових туристів у повоєнний період. У практичному занятті до теми 5.2 «Організація дозвіллєвих заходів в окремих регіонах України під час ділового туру для іноземних туристів» магістри вдосконалюють свої навички розробки програм дозвіллєвих заходів для іноземних ділових туристів з урахуванням особливостей регіону перебування, що вимагає ґрунтовного аналізу природних та культурних об'єктів, складання портфоліо основних реальних та потенційних місць проведення дозвіллєвих заходів. Практичне заняття до теми 5.3 «Системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів для індустрії ділового туризму» має на меті розглянути особливості підготовки та перепідготовки кадрів для сучасної індустрії ділового туризму за кордоном та в Україні, зокрема студентам пропоновано визначити найбільш доцільні напрями підготовки кадрів для індустрії ділового туризму у вітчизняних вишах в контексті впливу креативних індустрій.

### 6.4. Забезпечення якості послуг соціокультурних підприємств на локальному, регіональному та національному рівнях шляхом підвищення кваліфікації керівників і фахівців закладів культури

Питання підготовки спеціалістів для соціокультурної сфери набувають особливого значення з огляду на європейську інтеграцію України. Культурно-освітній напрям інтеграції охоплює сферу вищої освіти й перепідготовки кадрів, що визначає актуальність викладання дисциплін туристичного спрямування для слухачів Центру неперервної культурно-мистецької освіти, а саме створення низки програм підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів закладів культури. Аналіз євроінтеграційного розвитку України засвідчує необхідність нових підходів до забезпечення високого рівня конкурентоспроможності галузі дозвілля, підвищення якості послуг соціокультурних підприємств, розроблення комплексної культурної політики держави, використання інноваційних технологій у сучасній системі підготовки фахівців, з огляду на євроінтеграційний поступ.

Основою сталого розвитку світової спільноти є культурне розмаїття, тому збереження унікальних форм культурної спадщини й активізація різновидів культурного туризму вимагають нових підходів креативного та культурного менеджменту. Зростаючий рівень конкуренції на сучасному туристичному ринку актуалізує питання використання інструментів популяризації культурної спадщини на локальному, регіональному та національному рівнях, необхідність обдуманого, чіткого спланованого підходу до освоєння природних та історико-культурних ресурсів, вимагає переглянути моделі освоєння культурної спадщини, щоб репрезентувати туристичні місця, послуги та маршрути нашої країни в усьому різноманітті. Інноваційна діяльність у сфері культурного туризму має спрямовуватись на створення креативного туристичного продукту, модернізацію туристичної інфраструктури, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності на рівні місцевих громад та передових інформаційних технологій покращення іміджу й привабливості регіонів.

Розвиток культурного туризму є необхідною передумовою зростання потоків виїзного та внутрішнього туризму, зміцнення міжкультурних зв'язків і міжнародного співробітництва, посилення пізнаваності локальних об’єктів, а також збільшення життєздатності місцевих громад за рахунок кадрового забезпечення соціокультурної галузі спеціалістами з менеджменту креативних індустрій, основи якого формуються на курсах системи неперервної культурно-мистецької освіти. Тому мета програми підвищення кваліфікації керівників та спеціалістів закладів культури «Інноваційні моделі освоєння культурної спадщини України в контексті активізації різновидів культурного туризму та розвитку креативних індустрій» полягає в засвоєнні теоретичних знань щодо виявлення тенденцій розвитку сучасного культурного туризму; розширення умінь застосовувати інструментарій оцінки потенціалу території для активізації різновидів культурного туризму; дослідження особливостей репрезентації елементів промислової спадщини та урбаністичних ландшафтів для розбудови інфраструктури творчих індустрій регіонів; набутті навичок популяризації етнокультурної спадщини українських громад у контексті використання технологій соціокультурного менеджменту.

Це визначило зміст тем програми, зокрема: «Напрями розвитку сучасного культурного туризму України: від використання історико-культурної спадщини до створення вражень та конструювання творчих просторів»; «Трансформації соціокультурного простору регіонів України під впливом реалізації креативних стратегій і концепцій розвитку міст, міжнародних та національних культурних програм і проєктів культурного брендування»; «Напрями презентації елементів промислової спадщини та урбаністичних ландшафтів для розбудови інфраструктури творчих індустрій регіонів», «Європейські маршрути індустріальної спадщини, спелестологічний і мистецький потенціал підземних порожнин, міський туризм, артквартали та артластери».

Виконання завдань програми: розглянути сучасні тренди та моделі освоєння культурної спадщини України шляхом формування креативного простору та модернізації туристичної галузі регіонів; проаналізувати основні інструменти оцінки потенціалу території для розвитку культурного туризму; виокремити

найбільш актуальні напрями презентації елементів індустріальної та етнокультурної спадщини під впливом реалізації міжнародних та національних культурних програм і проєктів – передбачає практичні роботи з визначення сегментів для культурного картування окремої громади, складання маршруту для гастрономічного гіда або підбір об'єктів, маршрутів і складання легенди для геокешингу чи відвідування місця сили в одному із регіонів України. Тема «Популяризація етнокультурної спадщини українських регіонів в контексті використання технологій соціокультурного менеджменту» розширює уявлення про можливості використання таких видів туристичної діяльності в місцевих громадах, як організація сільського туризму, виставок народних промислів, ярмарків і гастрономічних фестивалів, свят у музеях-скансенах, можливості сторителінгу як арттеравпетичної практики.

Успішний розвиток соціокультурної сфери місцевих громад пов'язаний із виявленням ресурсних та інфраструктурних особливостей рекреаційних територій, взаємодії туристичної та соціокультурної діяльності, що вимагає розв'язання питання підготовки й перепідготовки висококваліфікованих спеціалістів. Культурна спадщина та туристично-рекреаційні ресурси кожного з регіонів нашої країни мають універсальну цінність, оскільки є яскравим втіленням різноманіття української природи, історії та етнічних особливостей. Тому диверсифікація напрямів туристичної діяльності, зміна векторів і пріоритетів на споживчому ринку, наповнення новими формами і новим розумінням культурної спадщини розширюють перспективи розбудови туристичних маршрутів і дестинацій як місця, де мандрівники можуть набути різноманітний досвід та емоції, а також збільшують їх вплив на формування потоків туристів з пізнавальною метою; сприяють появі нових об'єктів культурних і креативних індустрій як одного з різновидів соціального простору. Визначення напрямів інноваційної туристичної і соціокультурної діяльності в об'єднаних територіальних громадах як ресурсу регіонального розвитку пов'язане з необхідністю оптимізації процесів залучення широких верств населення до співпраці з різними культурними спільнотами та вироблення стратегій, пов'язаних з довгостроковим прогнозуванням розвитку території.

У межах програми «Диверсифікація напрямів туристичної діяльності як ресурс розвитку соціокультурної сфери місцевих громад» для слухачів Центру неперервної культурно-мистецької освіти з метою поглиблення та розширення знань і формування вмінь щодо взаємодії туристичної і соціокультурної діяльності; значущості інноваційної складової в процесі надання туристичних послуг на регіональному рівні; формування системи практичних навичок із застосування інструментарію використання сучасних технологій використання потенціалу природних та історико-культурних ресурсів для різних видів туристичної діяльності в об'єднаних територіальних громадах, запропоновано теми, що передбачають вирішення таких завдань: виокремити пріоритетні напрями розвитку традиційних та новітніх видів туризму в «смартсуспільстві»; розглянути підходи до комплексної оцінки природних та історико-культурних ресурсів для різних видів туристичної діяльності; проаналізувати міжнародний досвід створення туристичних маршрутів на основі використання елементів природної і культурної спадщини та набути навички з використання туристичних ресурсів для розвитку подієвого туризму шляхом використання місцевих культурних традицій [21].

Своєрідною візитівкою багатьох туристичних центрів стають монументальні споруди давнини, які найповніше репрезентують своєрідність геокультурного простору території: давні святилища, городища, печерні міста й катакомби, оборонні комплекси, культові поховання, спелестологічні об’єкти, сакральна геометрія історичних міст, що створюють неповторні культурно-природні ландшафти, які мають свою специфіку і яскраво виражений зв'язок між характером освоєння території, її сакральною орієнтацією і традиційною картиною світу народів, які проживали протягом тривалого історичного періоду в цьому регіоні світу. Тому одна із практичних робіт програми «Диверсифікація напрямів туристичної діяльності як ресурс розвитку соціокультурної сфери місцевих громад» передбачає спільний проєкт на тему: «Міжнародний досвід створення туристичних маршрутів на основі використання елементів природної та культурної спадщини». Планування пізнавальної частини подорожі передбачає такі етапи: пошук та ідентифікація рамкових даних для контекстів історико-культурної спадщини регіональної і локальної території; виділення і оформлення базових географічних знаків, символів та архетипів; виявлення взаємозв’язків і змістовних співвідношень всередині виділеного образно-географічного масиву. Орієнтація на історико-культурні пам’ятки, визначні місця і ландшафти туристичних центрів світу, що включають мегалітичні споруди, дозволяє створювати найбільш доцільні моделі соціокультурного розвитку окремих рекреаційних територій, сформувати цілісний образ того чи іншого регіону в контексті історичного становлення планети, сприяти культурному збагаченню перспектив подальшого розвитку сучасної цивілізації.

Визначальними факторами планування територіальної організації туристично-рекреаційної діяльності новостворених громад є придатні для рекреації елементи географічної та соціокультурної сфер. Відповідно до статті 3 Закону України «Про туризм» під час планування, проєктування, розміщення, будівництва і реконструкції рекреаційних об'єктів має бути передбачена максимальна їх інтеграція до місцевого соціально-економічного, природного та історико-культурного середовища, що сприятиме формуванню центрів рекреаційного природокористування і створення відповідної рекреаційної інфраструктури й місць надання туристично-рекреаційних послуг [3]. Найбільш раціональною формою організації рекреаційної діяльності з одночасним збереженням природних територіальних комплексів на сьогодні можуть стати туристично-рекреаційні парки з ядрами, сформованими навколо природно-заповідних територій. У ньому максимально використовують природно-ресурсний потенціал, здатний здійснювати значний соціально-економічний ефект. Туристично-рекреаційний парк – це комплекс природних, історичних, соціально-культурних ресурсів та об'єктів туристського показу, сконцентрованих на певній території і пристосованих для організації відпочинку та оздоровлення громадян, що взаємно доповнюють один одного і підсилюють його конкурентоспроможність, дає змогу диверсифікувати рекреаційні та туристичні послуги, підвищити ефективність управління туристичною і курортно-рекреаційною сферою регіону [6].

Створення туристичних-рекреаційних парків і перетворення їх у високоприбуткові рекреаційні комплекси передбачає: забезпечення привабливих і комфортних для туристів і рекреантів умов через створення відповідної інфраструктури (рекреаційної, транспортної, комунікаційної тощо); інформаційне забезпечення

туристично-рекреаційної діяльності об’єкта (проведення рекламної компанії та отримання маркетингової інформації); створення систематичного джерела інформації про рекреаційно-туристичні можливості території та послуги; підготовку та навчання спеціалістів з надання рекреаційно-туристичних послуг; створення рекламної продукції (буклети, довідники, фотоальбоми, путівники, теле- та радіопередачі тощо); започаткування виробництва сувенірної продукції; налагодження контактів та підписання угод на туристичне обслуговування з туристичними фірмами; проведення наукових досліджень щодо впливу рекреаційно-туристичної інфраструктури та діяльності на екологічний стан довкілля.

У світовій практиці рекреаційно-туристичного природокористування особливої популярності набуває проживання в етносадибах рекреаційних зон природних парків, яке часто порівнюють з різновидом сільського зеленого туризму, що передбачає стаціонарний відпочинок з можливістю радіальних виїздів, походів та залученням до традиційних видів сільського господарства [20].

## *Висновки*

Важливо, щоб підготовка чи перепідготовка спеціалістів соціокультурної сфери для розвитку туристичної діяльності містила довгострокові програми туристичного розвитку й розширення спектру рекреаційних послуг та інфраструктури сфери гостинності регіону. Це потребує організаційних заходів на місцях (будівництво невеликих готелів і котеджів для прийому туристів, реставрація та ремонт історико-культурних пам'яток, організація і підтримання місцевих народних промислів та національних свят); створення сервісної рекреаційно-туристичної інфраструктури, розробка та облаштування туристських маршрутів й екскурсійних стежок у рекреаційних зонах. Виділення окремих територій під облаштування зразкових агросадиб може стати своєрідним полігоном для формування моделі раціонального природокористування серед місцевих громад та відвідувачів природних територій. Оцінка наявного туристичного або рекреаційного потенціалу повинна враховувати: унікальність наявних об'єктів; відмінності в їх доступності та щільності розміщення; різноманітність і комплексність послуг, які надають місцеві фахівці туристичної і соціокультурної сфери.

Отже, викладання дисциплін, передбачених освітньою програмою «Менеджмент соціокультурної діяльності», а саме готельний, туристичний та рекреаційний, що здійснюється на всіх рівнях підготовки (бакалаврський, магістерський), підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів закладів культури на основі використання інноваційних технологій навчання забезпечує переосмислення ролі природної та культурної спадщини в системі соціально-культурного розвитку територій, розширює спектр послуг соціокультурних підприємств на локальному, регіональному та національному рівнях, з урахування сучасних тенденцій розвитку культурних і креативних індустрій у взаємозв’язку із рекреаційно-туристичною діяльністю.

***Список використаних джерел***

1. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України* : зб. наук. пр. Харків : ХДАК. 2010. Вип. 32. С. 169–179.

2. Гаврилюк А. М. Туристичне портфоліо елемента нематеріальної культурної спадщини як засіб реалізації державної культурної політики в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. *Державне управління*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 21–26.

3. Про туризм : Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР).* 1995. № 31. Ст. 24. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text (дата звернення: 17.04.2024).

4. Інноваційні технології навчання : навч. посіб. для студ. вищих технічних навчальних закладів / кол. авторів ; відп. ред. Х. Ш. Бахтіярова ; наук. ред. А. В. Арістова ; упоряд. словника С. В. Волобуєва. Київ : НТУ, 2017. 172 с.

5. Кабакова Л., Мирончук Н. Організаційні форми роботи у вищому навчальному закладі. *Модернізація вищої освіти в Україні та за кордоном* : збірник наукових праць / за заг. ред. С. С. Вітвицької, Н. М. Мирончук. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. С. 150–154.

6. Кифяк В. Ф. Формування рекреаційно-туристичного кластеру та його вплив на підвищення ефективності управління сферою рекреації і туризму. *Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою* : матеріали доповідей ІІІ науково-практичної конференції. Бердянськ, 2007. Т. 1. С. 57–60.

7. Кляп М. Інноваційні методи навчання у ВНЗ як інструмент інтернаціоналізації вищої освіти. *Вища освіта України*. 2015. № 4. С. 45–53.

8. Маслікова Ірина. Ціннісний вимір академічної діяльності: культурна місія університету. С. 310–313. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/ 123456789/30167/1/88_Maslikova.pdf (дата звернення: 17.04.2024).

9. Мельничук І. Білоус І. Інноваційні методи викладання та навчання у сфері вищої освіти. *Гуманітарні студії: історія та педагогіка*. 2021. № 2. С. 94–102. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46148/1/МЕЛЬНИЧУК.PDF (дата звернення: 17.04.2024).

10. Ортинський В. Л. Педагогіка вищої школи: навч. посіб. Київ, 2009. 472 с.

11. Про затвердження Положення про дистанційне навчання : Наказ Міністерства освіти і науки України № 466 від 25.04.2013. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13#Text (дата звернення: 17.04.2024).

12. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Правове забезпечення реформи освіти в Україні» : Постанова Верховної Ради України. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2016, № 15, ст. 151. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1031-19#Text (дата звернення: 17.04.2024).

13. Радченко О., Вихор С. Розвиток критичного мислення студентів. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/25938/1/Radchenko_Vykhor.pdf (дата звернення 17.04.2024).

14. Сисоєва С. О. Інтерактивні технології навчання дорослих : навчально-методичний посібник / НАПН України, Ін-т педагогічної освіти і освіти дорослих. Київ, 2011. 324 с.

15. Сторітеллінг як один з ефективних методів викладання. URL: https://kumlk.kpi.ua/arch/node/1410 (дата звернення: 17.04.2024).

16. Сучасні форми організації навчального процесу у вищій школі : навчально-методичний посібник / Н. І. Мачинська, С. С. Стельмах. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. 180 с.

17. Ткачук Г. В. Організаційно-педагогічні умови та етапи впровадження змішаного навчання у закладах вищої освіти. *Наукові записки*. *Педагогічні науки*. 2018. Вип. 168. С. 259–262. URL: https://cusu.edu.ua/images/download-files/naukovi-zapysky/168/65.pdf (дата звернення: 17.04.2024).

18. Філіна Т. Інноваційні методики навчання в закладах вищої освіти. *Матеріали конференцій МЦНД*. 2020. С. 28–30. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/mcnd/issue/view/13.11.2020/382 (дата звернення: 17.04.2024).

19. Чайковська А. П. Організаційні форми дистанційного навчання у вищій школі України технології програмного навчання. *Наукові записки кафедри педагогіки*. Харків, 2012.

Вип. XXVIII. С. 210–215. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/3548-Article%20Text-7471-1-10-20150710.pdf (дата звернення: 17.04.2024).

20. Чеглей В. М. Сільський зелений туризм як вид рекреаційної діяльності. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 163. Ч. 1. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/cheglej.htm (дата звернення: 17.04.2024).

21. Шевченко Н. О. Диверсифікація напрямів туристичної діяльності як ресурс розвитку соціокультурної сфери місцевих громад. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 1. С. 101–106.

22. ЮНЕСКО розробила поради щодо використання ШІ в освіті. URL: https://ms.detector.media/internet/post/32898/2023-09-07-yunesko-rozrobyla-porady-shchodo-vykorystannya-shi-v-osviti/.(дата звернення: 17.04.2024).

23. Яковчук В. В. Тестова система оцінювання знань студентів як один із методів сучасної технології навчання. URL: https://ap.uu.edu.ua/article/279 (дата звернення: 17.04.2024).

***Цитування розділу 6:*** Шевченко Н. О. Диверсифікація організаційних форм навчального процесу як чинник професійної підготовки фахівців соціокультурної діяльності. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 102–120.

# Розділ 7

# ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

## 7.1. Стимул як особистісний детермінант формування життєвого простору художньо-творчої особистості

Важливим завданням розвитку творчого мислення працівників закладів культури є утворення якісно нових, не відомих раніше цінностей (нові твори мистецтва, необхідними компонентами яких є фантазія, уява, психічний зміст якої міститься у створенні образу кінцевого результату творчості), та пізнання світу мистецтва через нестандартне, творче мислення, передбачення і прогнозування розвитку творчості, практичне опанування творчості шляхом творчого мислення задля розвитку та вдосконалення своїх потреб й інтересів суспільства.

Розв'язання такого завдання вимагає формування творчого мислення шляхом забезпечення застосування особистісного підходу до технології навчання, що передбачає варіативність виконання відповідно до індивідуальних схильностей виконавця та цілеспрямоване розширення творчих навчальних здібностей.

Актуальність вивчення психологією проблеми творчого мислення зумовлена тим, що її розробка створює підґрунтя для формування особистості, що здатна вирішувати творчі нестандартні завдання [9, 221].

Проблема формування творчого мислення працівників у сфері культури є на часі. Важливим завданням у процесі реалізації є формування професійно значущих особистісних якостей; створення умов для розвитку творчого потенціалу, формування індивідуального стилю діяльності, творчого підходу до вирішення професійних проблем і виконання професійних обов'язків. Ознаками творчого мислення в особистості є: імпульсивність, незалежність суджень, уміння переносити знання і вміння у створенні нового, невідомого, почуття гумору, самобутність, гнучкість мислення, розвинена уява, вміння створювати нові образи в усіх галузях мистецтва, бачити нові функції предметів, легко звільнятися від стереотипів, знаходити багатоваріантність розв'язання проблеми.

Серед основних складових творчої особистості важливим показником є її творчий потенціал, який визначається змістом і рівнем розвитку потенційних можливостей, що виявляється завдяки творчим здібностям. Отже, розвиток творчого мислення працівників у сфері культури здійснюється через індивідуальні якості, мотиваційну структуру, ціннісні орієнтації, активність у процесі особливого відбору змісту, форм, методів та засобів творчої діяльності.

Невипадково вивчення психологією проблеми творчого мислення привертала й привертає увагу багатьох учених, праці яких є вагомим внеском у розробку основних теоретичних і практичних положень щодо сутності творчого мислення, його процесів.

Вважають, що розвиток творчих здібностей відбувається в результаті інтелектуальної ініціативи та створення чогось нового. Американський психолог Дж. Гілфорд, зазначає, що творче мислення пов'язане з домінуванням у ньому

чотирьох особливостей: оригінальності, гнучкості, образності та спонтанності. Він виділяє два типи мислення: конвергентне, необхідне для знаходження єдиної відповіді для розв'язання творчого завдання, і дивергентне, яке передбачає, що на одне й те саме запитання може бути велика кількість однаково правильних відповідей. Особистісні якості творчих особистостей різноманітні, тому що залежать як від основної сфери діяльності людини, так і від виховання [13, 217].

Чи не найбільш популярною стала чотиристадійна теорія творчого мислення, яку запропонував Г. Воллес.

1) підготовка;

2) визрівання;

3) натхнення (осяяння);

4) перевірка істинності.

На думку Г. Воллеса, коли ми досліджуємо різні проблеми, ці чотири стадії постійно перекривають одна одну. Навіть у дослідженні однієї і тієї самої проблеми мозок виношуючи один аспект, може бути поглиненим перевіркою або підготовкою іншого аспекта цієї самої проблеми. Після періоду підготовки і перед періодом натхнення вклинюється період визрівання, який передбачає насамперед несвідому роботу над проблемою в період спрямованості уваги на інші питання, тобто період відсутності уваги до проблеми. Це вказує на відсутність очевидного поступу між стадіями швидкого прогресу [10, 168].

Зокрема В. Моляко визначив стратегіально-системний підхід до аналізу розумової діяльності в галузі технічної творчості. Учений виділяє п'ять основних стратегій розв'язання творчих завдань: стратегія комбінаторних дій; стратегія пошуку аналогів; універсальна стратегія; реконструююча стратегія; стратегія випадкових підстановок. Такі стратегії охоплюють розроблені світовою психологією суттєві особливості творчого мислення [9, 221].

Людина відрізняється від тварини тим, що еволюція наділила її головний мозок можливістю до мислительної діяльності. У процесі мислення з раніше створеної інформації створюється нова інформація, яка являє собою нові знання про предмети, явища тощо. О. Григор'єв у своїй роботі «Людина: поведінка, мислення, еволюція» доводив, що людина потребує постійного аналізу вже отриманої інформації, на основі чого здобуває нові знання. Відбувається застосування людського розуму для задоволення потреб свого організму і використання розуму людини для підтримання процесу набуття нових знань.

Для задоволення потреби в мисленні потрібна інформація ззовні, яка була б стимулом. Людина визначає для себе одну з особистісних детермінант – стимул. Вибір стимулу як детермінанти, пов'язаний з індивідуальними та суспільними потребами, здатністю головного мозку до сприйняття інформації. Людина прагне отримати інформацію про явище. На думку О. Григор'єва, саме процес мислення, детермінантою якого є стимул, є органічною потребою людини, а результатом – можливість їхнього задоволення, тобто потреба в мисленні виступає як рушійна сила процесу набуття нових знань. Ті висновки, які кожна людина робить з інформації, що надходить до неї, є новими знаннями [1, 34].

У 1940-х і 1950-х роках біхевіорист Кларк Галл запропонував теорію зниження стимулу для пояснення поведінки людини. На думку Галла, усі люди

мають «стимули», що є біологічною потребою та мотивують поведінку. Галла вважав, що ці стимули сприяють психологічному чи біологічному збудженню, а також є головними внутрішніми причинами напруженості.

Для підтримки внутрішнього спокою Галл вважав необхідним притлумити стимули, мотиви яких передусім пов'язані з бажанням.

Відповідно до концепції, поширеними стимулами є голод, спрага і потреба в теплі. Для того щоб ліквідувати такі стимули, люди вживають їжу, п'ють рідину і вдягають теплий одяг або вмикають обігрівачі.

Під впливом робіт відомих психологів Кларк Галл розробив теорію зниження стимулу шляхом прагнення тіла досягти певного рівня балансу і підтримувати цей стан. Окрім цієї теорії, він намагався вивести формулу вивчення і поведінки як емпіричний додаток до своїх теорій для глибшого розуміння впливу стимулів на вчинки та думки людини. Результатом його математично-дедуктивної теорії поведінки стала формула, де є:

– потенціал збудження, тобто шанс реагування організму на стимул;

– стимул;

– сила спонукання, що визначається обсягом біологічної депривації, психічного стану, коли суб'єкт не має змоги задовольняти деякі основні психічні потреби достатньою мірою впродовж тривалого часу;

– спонукальна мотивація;

– затримка до пошуку підкріплення;

– сила звички, що визначається наявним раніше обумовленням;

– умовно-рефлекторне гальмування;

– втома або гальмування реакції;

– допустима довільна похибка;

– граничне значення реакції, необхідної для вивчення.

Галлові експериментальні методи та наукові розробки істотно вплинули на розвиток психології. Однак з огляду на вузько визначені змінні його формули теорію зниження стимулу здебільшого не беруть до уваги. Критики теорії закидають Кларкові Галлу брак пояснення певної поведінки людини, яка жодним чином не знижує спонукання. Чому людина п'є, коли не відчуває спраги? Чому їсть, коли не голодна? Так само митці, чому творять, коли стомлені, не має бажання, сил та натхнення?

Попри недоліки, теорія зниження стимулу Кларка Галла спонукала ціле покоління психологів до вивчення конкретних чинників, що зумовлюють реакцію та поведінку людей.

Провідний дослідник психоаналізу XX століття Еріх Фромм, який працював у напрямі неофройдизму, розробивши власну теорію про основні людські потреби. Він вважав: згідно з теорією, людям притаманні вісім людських потреб, серед яких мотив і стимул є способами реалізації людських цілей.

Людські потреби, за Еріхом Фромммом:

1. Взаємозв'язок, де є потреба в стосунках з іншими людьми.

2. Трансцендетальність: людина має потребу вийти за межі своєї природи.

3. Укорінення: потреба у зв’язку між членами родини.

4. Ідентичність: людині потрібне відчуття індивідуальності для збереження

психічного здоров'я.

5. Орієнтація. Люди шукають опори в науці, релігії, особистій філософії та будь-чому іншому, що дає розуміння їх місця у світі.

6. Мотивація і стимуляція – замість звичайного реагування: людина прагне до активної реалізації.

7. Єдність: потреба відчувати єдність з людьми зі свого оточення і загалом зі світом.

8. Ефективність – потреба відчувати власну успішність.

Еріха Фромма вважають одним із провідних і найбільш впливових психологів XX століття. Він досліджував суперечливу природу людини і зіграв ключову роль у розвитку гуманістичної психології [4, 186].

Продовжуючи аналізувати період 50-х років XX ст., розглянемо теорію впливу навчання на зміни в структурі нейронних зв'язків мозку, яку дослідив канадський психолог Дональд Хебб. На його думку, у результаті частої стимуляції нервової системи формуються скоординовані нейронні структури – ансамблі клітин. Рівень активації впливає на самопочуття, благополуччя та поведінку людини. Надмірна активація викликає нервозність, страх, тривогу, напруження, навіть паніку; з іншого боку, відсутність активації призводить до нудьги та незадоволення. Проведені експерименти засвідчили, що кожна людина має свій оптимальний рівень активації, який забезпечує їй ефективне функціонування організму. Тому важливо знайти оптимальний рівень мотиваційного впливу на емоційно-психологічний стан.

Мотиваційні вектори, за Д. Хеббом

1. Пошук комфорту і запобігання дискомфорту.

Види:

- за рахунок задоволення гомеостатичних потреб знижує напруження;
- спрямований на боротьбу з нудьгою.

2. Пошук стимуляції.

Види:

- засіб боротьби з нудьгою;
- заради самої стимуляції.

3. Пошук задоволення.

Види:

- задоволення внаслідок зниження напруження;
- задоволення від стимуляції.

Висновок: надто проста або надмірно монотонна робота може втомлювати людину, якщо вона виконує її безперервно протягом тривалого часу (Д. Хебб) [8, 31].

Вивчивши теорії провідних психологів XIX–XX ст., дійшли висновку, що чимало сучасних творів базуються на науковому пізнанні дійсності. Відкриття, цікаві гіпотези часто набувають форми художнього твору. А багато художніх творів мають у своїй основі ґрунтовну наукову базу. Ось чому і справжня наука, і художній твір дають людині естетичну насолоду. Разом із тим естетичні переживання є одним з найважливіших стимулів наукової творчості. Ці види людської діяльності в їхній взаємодії дають евристичний поштовх як для мистецтва, так і

для науки. Творчість Франка, Леонардо да Вінчі та багато інших учених і митців підтверджують цю думку [10, 144].

У другій половині XX ст. канадський психолог Д. Берлайн провів низку психологічних експериментів під назвою «Потенціал спонукання», у яких досліджував активність людини, відповідно до її емоційного стану. На його думку, в основі чинника «потенціал спонукання» лежать новизна, складність, зовнішні стимули та інші складові потоку інформації. Деніел Берлайн вважав, що дія потенціалу спонукання визначається зв'язком між інтенсивністю зовнішнього подразника і приємністю відповідного відчуття. Він довів, що новизна привертає увагу і має стимулюючу дію. Нове й дивне приваблює до певної межі, за якою воно стає неприємним і лякаючим. Спочатку привабливість зростає, а потім відповідно до ступеня новизни і здивування падає.

Постійне прагнення особи до нових стимулів і відчуттів зумовлене природною цікавістю, яка властива кожному організму. Людина хоче переживати різні відчуття, відповідно отримувати нові враження. Причому в такому випадку організм прагне до нових відчуттів з метою отримання самостійних позитивних емоцій.

Фахівці з експериментальної психології довели, що відчуття задоволення пов'язане з рівнем активації.

Існує два джерела задоволення:

1) задоволення потреби і подальше зниження напруги;

2) власне стимуляція.

Об'єктом потреби стимуляції виступає розвиток індивіда. Під час того, коли створюється напруга, у людини відбувається прогрес і подолання самої себе. Люди відчувають задоволення, перебуваючи в збудженні. Більшість ставить собі дальшу мету, оскільки віддає перевагу боротьбі і дії замість пасивного очікування успіху. Стимуляція такого типу відбувається через тимчасове напруження, яке вона створює. Саме така стимуляція дає більше можливостей для уяви і творчості [8, 34].

Якщо розглянути стимул у процесі зародження і формування менеджменту соціокультурної діяльності, то можна помітити, що спочатку більше йшлося про матеріальні та організаційні аспекти спонукання. На сучасному етапі більший акцент зроблено на соціально-психологічних аспектах мотивації. Зовнішні спонукання формують певну поведінку людини для досягнення конкретних результатів. На основі вивчення інтересів суспільства відбувається застосування стимулів. Саме вони є винагородою за виконання конкретних завдань, робіт, досягнення певних результатів. Стимули можуть бути як матеріальними, так і моральними. Вдало дібрані стимули формують у свідомості людей мотиви, які спонукають до певних дій (*табл. 1*).

*Таблиця 1*

**Моделі мотивування через потреби**
**на основі вивчення інтересів із застосуванням стимулів**

| Потреби | Інтереси | Стимули | Мотиви |
|---|---|---|---|
| | Результат задоволення потреб | | |
| Цілі | Винагороди | | Поведінка |

Залежно від задіяних стимулів працівники сфери культури діятимуть так, щоб отримати бажану винагороду, тобто те, що вважають цінним для себе. Винагороди можуть бути зовнішніми і внутрішніми. Результатом цього процесу є досягнення / недосягнення особистих цілей.

З метою досягнення цілей організації та задоволення потреб працівників процес мотивування передбачає насамперед використання дієвих стимулів. Ідеться про активний вплив, зовнішній поштовх до бажаного розвитку подій, забезпечення цільових дій.

Отже, вид і форма стимулів залежать від кваліфікації трудових ресурсів, складності виконуваних робіт, трудових відносин у колективі тощо [7, 197].

## 7.2. Тонус та інтуїція – детермінанти креативних процесів

Як стверджував В. Клименко у своїй статті «Тонус людини і готовність до творчості», практично у кожній здоровій людині потенційно започаткований механізм творчості. Більше того, він включається в роботу мимовільно, коли людина стикається із завданням, яке щонайменше має в собі невідоме.

Людина здатна до творчого натхнення саме тоді, коли детермінантою її розвитку є тонус, вважав В. Клименко. Причому під тонусом він мав на увазі підвищену активність життя людини. Людина в цьому стані здатна витримувати тривалі психічні напруження і мало стомлюватись. Маючи максимум тонусу, людина здатна до творчого натхнення, мінімум – має астенічний тонус, переживає фізичну й психофізіологічну слабість, безсилля.

В. Клименко розподіляв людей, детермінантою яких є тонус як механізм творчості, за поверхами життя. Так, на вищому третьому поверсі людина живе, створюючи нове, оригінальне, має тип натури: мудрець, геній, талант; на другому поверсі людина живе залюбки, але безплідна, тому що здатна лише споживати чи транслювати інформацію й енергію; дилетант, ерудит – на нижньому поверсі людина існує, її мета – самозбереження, байдужість до всього, крім себе – натура некритична, рабська. Проте людина не залишається на певному поверсі протягом усього життя: під дією жорстоких обставин і зневажливого ставлення до себе вона іноді падає з третього, природою започаткованого творчого поверху, вниз, і, навпаки, внаслідок роботи над собою, докладання свідомих, тривалих зусиль здатна перебиратися вище.

Те, як і заради чого працює детермінант, залежить від тонусу душі й тіла: гармонія душі і тіла створює умови для максимальної продуктивності у творчості [6, 53].

Інтуїтивний спосіб розробки рішення є одним із найскладніших з погляду психології. Йому властива спонтанність ходу думок, ілюзія миттєвості, неусвідомленість процесу. Інтуїція пов’язана як з особливостями мислення, так і загальними інтелектуальними здібностями та досвідом.

Підвиди інтуїтивних способів розробки рішення:

1. Інсайт, раптове осяяння – погляд на об’єкт під абсолютно іншим кутом зору.

2. Псевдоінтуїтивне – виникає ідея, після якої мозок виконує напружену

інтелектуальну роботу, а підсвідомість обробляє наявну в пам'яті інформацію. Після чого ця інформація може потрапити не на стандартні місця в програмі, а піти іншим шляхом, тоді відбувається формування креативної думки. Отже, інтуїтивне рішення може сформуватися з багаторічного досвіду [12, 138].

На думку одного з найвизначніших науковців XX століття Альберта Ейнштейна, «інтуїтивний розум є священним даром, а раціональний розум є його вірним слугою. Але ми створили суспільство, яке поважає слугу і забуває про дар» [15, 32].

Водночас, на думку Д. Свааба, в архітектурі, мистецтві чи науці детермінантою креативних процесів є інтуїція, «ага-прозріння», коли митець творчо мислить. Та перш ніж розвинути здатність до такого мислення, мозок повинен інтенсивно вправлятися в певній дисципліні. У студентів мистецьких спеціальностей, які протягом навчання стають креативними, відбувається зміна білої речовини префронтальної кори, яка відіграє важливу роль у процесі творчості (*додаток 1*).

Мальтійсько-британський психолог Едвард де Боно, автор терміна «латеральне мислення», описуючи його як процес обробки інформації на основі творчих здібностей та інтуїції, зазначав, що між творчим та латеральним мисленням не існує суперечностей, а навпаки, обидва взаємодоповнювані та необхідні. Латеральне мислення виступає умовою перетворення звичних уявлень та виникнення нових моделей, а творчість є перебудовою стереотипів. Діяльність латерального мислення спрямована на подолання пасивності в мисленні. Люди, які володіють цим типом мислення, не мають потреби в тому, щоб завжди бути правими, авторитетними в очах оточення, вони більше турбуються про те, щоб проявити свою ефективність [11, 222].

## 7.3. Формування нових ідей – шлях до успіху

Після того, як процес творчості стимулює інтуїція, розробляють ідею, тобто процес, у ході якого мистецький твір може ще багато разів змінюватися. Наприклад, іспанський і французький художник Пабло Пікассо після початкової своєї ідеї картини «Герніка» виготовив ще близько 45 її попередніх ескізів.

Креативні рішення іноді спадають на думку після того, як їх несвідомо формували протягом певного часу. Під час такого інкубаційного періоду до творчого мислення роблять свій внесок несвідомі процеси мозку. Наприклад, серед музикантів досить часто можна почути, що мелодія музичного твору чи то пісні їм наснилася.

Люди, яким належить авторство наукових відкриттів, як правило, готові приймати виклики та йти на ризик, а також зазвичай наділені такими «творчими» рисами характеру, як фантазія і допитливість. Проте між наукою та мистецтвом є певні принципові відмінності. Продукт творчості науковця після фази інтуїції та розробки ще має бути визнаним й описаним так, щоб його можна було повторити. Натомість продукт митця навпаки повинен містити в собі якийсь унікальний елемент. Повторення цього унікального елемента вважають промислом і плагіатом [11, 159].

Значна частина населення не проявляє креативності з декількох причин. Творчій ідеї передує велика внутрішня робота як за витратами енергії, так і за обсягом обробленої інформації. А історично склалося так, що середньостатистична людина не звикла конструктивно мислити, тобто сформована століттями культура мислення заважає творчій спрямованості. Дослідження, проведені в США, продемонстрували, що лише 20 % перспективних ідей надходить від професіоналів, близько 30 – від представників суміжних професій, а половина – від осіб, які практично не стосуються спеціальності.

Творчість, що ґрунтується на досвіді, принципово відрізняється від тієї, що виникає, коли людина мало обізнана з проблемою. Інновації, в основі яких покладено набутий досвід, є відносно низько ризиковими, спрямовані на закріплення попередньо досягнутого успіху. Ідею, що колись виявилася вдалою, пілсилюють, модифікують та удосконалюють. Інший варіант – створення аналогів, що захищає від копіювання конкурентами. Третій варіант творчості, що грунтується на набутому досвіді, аналогічний принципу дитячого конструктора, об'єднання частинок з утворенням «цілісного» об'єкта, але принципово нові ідеї таким шляхом не отримуються [12, 130].

Знаючи, що на певних етапах існування ідеї є імовірність помилки і що прагнення завжди мати рацію гальмує формування нових ідей, але не позбавляє людину шансу прийти до правильного рішення, детермінантою стає прагнення висунути якомога більше ідей, адже навіть якщо частина з них будуть неправильними, деякі однаково приведуть до успіху.

Український психолог Валентин Моляко розглянув свій варіант структури творчої діяльності, у якій виокремив «геніальну ідею», серед інших етапів:

1. Накопичення знань і навичок, необхідних для формулювання завдання.
2. Пошуки додаткової інформації, підготовка до вирішення завдання.
3. Період інкубації, тимчасовий відхід від проблеми.
4. Геніальна ідея, осяяння, або інсайт (стибок у мисленні).
5. Перевірка й доопрацювання задуму, його втілення. [2, 60].

На основі інтерв'ю, а також експериментальних досліджень К. Патрик розвиває теорію, аналогічну чотиристадійній теорії «творчого мислення», за Г. Воллесом. Хоч К. Патрик і приймає ці чотири стадії: підготовка, визрівання, натхнення (осяяння) і перевірка як дійсну схему творчого процесу, але додає важливий пункт. Протягом стадії визрівання ідеї не зовсім відсутні у свідомому мисленні. Виношувана ідея повертається час від часу протягом періоду визрівання. Кожного разу, коли ідея повертається, стає можливою певна робота над нею. До аналогічних висновків дійшли дослідники творчості винахідників [10, 169].

Німецький психолог Фрідріх Ніцше вважав, що за всім, чого може прагнути й очікувати від життя людина, стоїть безнадійна порожнеча абсолютної безсенсовності. Щоб добре це зрозуміти, слід усвідомити суть поняття «сенс». Сенс існує всюди, де людина відчуває покликання до боротьби за певні цінності, не розчиняється в турботах про насущні потреби, де не потрібно виборювати особистісний успіх, владу, значущість та добробут. Пам'ятаючи підходи давньогрецького філософа Платона й німецького філософа Канта, назвемо репрезентації цінностей такого роду ідеями. Кожна ідея є носієм певного сенсу, вона має

характер поклику, який сягає глибин людської душі й спонукає до руху вперед. Це заклик до людини працювати над реалізацією ідеї, щоб вона існувала і була значущою. Звідси життя черпає свій сенс. Людина, на відміну від тварин, здатна ставити собі філософські запитання про смертність і скороминущість та шукати на них відповіді. Ці питання віддавна були властиві людині, а відповіді на них вона знаходила у творах поезії та мистецтва, світоглядних формах філософії і релігії. За висловом Ортеги-і-Гассета, сьогодні здається, що ідеї втратили свою силу, а людина не знає, «задля яких зірок їй жити». Питання про сенс як безсенсовне не тому, що ідеї виявились ілюзіями, а радше через спустошення внутрішнього життя людини [15, 50].

Незважаючи на те, що автори теорій мають різні погляди на етапи «народження» ідеї у творчому процесі, принципова схема залишається саме такою:

1. Усвідомлення творчої проблеми.
2. Пошук шляхів, принципу вирішення проблеми.
3. Ідея, наукове відкриття.
4. Практична перевірка гіпотези та реалізація результату творчого акту [2, 61].

Дійсність ідеї є дійсністю того, що стоїть понад усім і відкривається тому, хто бачить окреме – подібно як у творах мистецтва понадчасова ідея стає видимою. Сьогодні сучасна людина налаштована сприймати суть справ, але сліпа до сенсу ідей [15, 52].

Постає питання: чи можна прийти до нової ідеї на основі самого лише мислення? Як відомо, щоб мати суцільний логічний ланцюг доказів, людина встановлює досить довгу низку опосередкувань у звичайному логічному міркуванні. І тільки після того, коли вона має перед собою проблему, ідею, задум: виникає процес мислення. І тут на допомогу приходить фантазія. Саме вона дає можливість зіставляти віддалені речі, ніби ігноруючи мисленнєвий ланцюг. І тільки тоді, коли таке зіставлення відбулося, з'являється можливість аналізу фактів. Фантазія за одну якусь мить, на відміну від логічного мислення, може відтворити предмет як цілісно, так і в сукупності деталей. Важливою передумовою продуктивної творчості є: тримати в уяві велику сукупність фактів, простежувати їх, відтворювати в будь-якій послідовності.

Як свідчить досвід, творча знахідка приходить до людини в найнесподіваніший момент, зненацька. До речі, деякі дослідники творчі механізми фантазії та інтуїції не без підстави ототожнюють [10, 140].

## 7.4. Внутрішні передумови творчої активності особистості

Розв'язування творчих завдань є умовою розвитку креативності мислення працівників у сфері культури. Розглядаючи психічну систему людини, бачимо, що існує деякий потенціал, який завдяки певним діям перетворюється на працюючий механізм творчості, тобто креативна психічна система не виникає з нічого. Механізм творчості не з'являється наприкінці життя людини, якщо воно не існувало після народження, вважав В. Клименко. На його думку, креативна психічна система існує в кожній здоровій люині, де механізм творчості виконує свої функції. Визначимо два стани: чутливість і творчість. Чутливість новонародженої

дитини – це початок, від якого пролягає тривалий час перетворень, що ведуть до виконання людиною свого призначення – стати творцем. Чутливість – це зародження творчості, що може залишитися в первинному стані на довгі роки. А творчість – можливість, яка стає дійсністю за певних умов. Тобто перетворення в людини чутливості на механізм творчості започатковане в ній природою.

Схема поєднання чутливості й творчості в процеси породження:

***становлення – змінювання – рух – розвиток – творчість.***

Становлення може гальмуватися зовнішніми умовами, але є нестримним рухом чутливості. Що ж впливає на рух розвитку чутливості, що забезпечує творчість? Вони містяться в діях, теоретичній чи практичній діяльності, людина в ній точно оцінює і вправно діє з предметами та їх властивостями.

На що, на думку В. Клименка, треба звернути увагу, щоб не втратити здатності до творчості? Змінювання психічної системи – наслідок діяльності й дій, процесу перетворення потенційного на свою протилежність у механізмі здібностей. Разом з тим, стоїть питання: де шукати зміни і як їх спрямовувати на подальший розвиток людини?

Види змін:

– інформаційні – іконічні образи, які найменш тривалі;

– енергетичні процеси відновлення витраченої енергії;

– зміни пластичного обміну речовин – утворення структур у складі робочих органів, зокрема м'язів;

– функціональні – збереження структури рухів.

Усі ці види змін супроводжуються підвищенням чутливості психічних органів, кожний із цих процесів надає людині стан натхнення і здатність креативно вирішувати найскладніші завдання [5, 120].

В. Роменець вважав, що саме через творчість стає можливим вияв неповторної індивідуальності людини, саме у творчості відбувається її формування. Творчість є справою складною, і вищих її рівнів досягає не кожний. Зазвичай людина живе в межах теоретичної або практичної поведінки. Практична діяльність ізольована від необхідності виражати ідеал, теоретична – легко будує різні конструкції. Генетична психологія творчості презентує дії та змістову динаміку творчих імпульсів відповідно до онтогенетичного етапу розвитку або певного віку.

Найдоцільніше досліджувати природу творчості людини, а також її шлях до особистісної зрілості, саме розглянувши такі засади, як: творчість і вчинок. Якщо людина сприймає своє життя як творчість, то вона наповнює кожен його момент змістом, тим самим через вчинок вибудовуючи самозростання [10, 13].

Зазначимо, що творча людина – це та, яка реалізує свій креативний потенціал. Розмежувавши поняття «креативна особистість» і «творча особистість», ми зможемо зрозуміти відмінності між поняттями «творче мислення» та «креативне мислення». Під креативною розуміють таку особистість, яка має внутрішні передумови (нейрофізіологічні задатки), що забезпечують її творчу активність. Отже, креативність є детермінантою творчої активності особистості.

Творче мислення – це один з видів мислення, який характеризується створенням суб’єктивно нового продукту, стосується мотивації, цілей, оцінок та змісту такої когнітивної продуктивної діяльності, як: вирішення завдань, вміння

спілкуватися з іншими, експериментування в будь-якій сфері знання, науки, мистецтва. Творче мислення – це вид мислення, який ґрунтується на високій інтелектуальній активності та ставленні до творчості як до цінності на основі творчої уяви [9, 223].

На процес мислення впливають такі особистісні особливості, як: розвиненість інтелекту, відкритість людини до нової інформації, досвіду, легкість у сприйнятті нових ідей. Важливими особливостями творчого мислення є те, що людина, у якої розвинений цей тип мислення, під час аналізу розкладає завдання на підзавдання. Спочатку вирішує їх, знаходить альтернативу. Ще однією особливістю творчого мислення є дивергентність (нешаблонність), якщо не вдається вирішити подумки абстрактне завдання, то вона може спробувати вирішити її за допомогою наочних методів (намалювати малюнок або схему). Це важлива риса творчого мислення, що сприяє виникненню оригінальних задумів і нових підходів у різних сферах мистецтва, науки й техніки.

Результати теоретичного аналізу отриманої інформації щодо основ здобуття нових уявлень особистості про творче мислення дозволяють стверджувати, що формування детермінант для розвитку творчого мислення майбутніх працівників закладів культури є одним з найважливіших у ланцюгу мислительної діяльності.

Творча людина – це особистість, яка повсякчас перебуває під впливом улюбленої діяльності, активна й цілеспрямована, неординарна та суперечлива. Креативна особистість – це особистість, схильна до нестандартних способів вирішення завдань, здатна до продукування оригінальних ідей, відкриття нового, створення унікальних продуктів.

Креативний потенціал тісно переплітається з іншими структурними складовими психіки, з елементами, що детермінують творчі процеси. Особистість здатна ставити й вирішувати нові завдання у сфері своєї діяльності, підійшовши до вирішення справи нестандартно. Здатність до творчості можна стимулювати в кожного індивіда, підвищуючи ефективність продуктивної діяльності в різних галузях.

Американський психолог Джо Пол Гілфорд описує креативність, розуміючи творче мислення «як процес відчуття труднощів, проблем у чомусь, перевірки та узагальнення результатів».

Професор виділив чотири основні параметри креативності:

1. Оригінальність – здатність продукувати незвичайні відповіді.
2. Семантична гнучкість – здатність запропонувати нове використання об’єкта.
3. Образна гнучкість – бачення нових ознак в об’єкті.
4. Спонтанна гнучкість – здатність продукувати ідеї в різноманітних ситуаціях.

До параметрів креативності Дж. Гілфорд відносить:

1. Здатність до виявлення і постановки проблеми.
2. Здатність до генерування великої кількості ідей.
3. Гнучкість – здатність продукувати різноманітні ідеї.
4. Оригінальність – здатність відповідати на подразники нестандартно.
5. Здатність удосконалити об’єкт, доповнюючи деталі.
6. Здатність до аналізу і синтезу, тобто вирішувати проблеми.

Концепція Дж. Гілфорда передбачає два види мислення:

1) конвергентне – це мислення, сконцентроване на пошуку єдиного правильного рішення;

2) дивергентне – пошук рішення за всіма можливими напрямами, які призводять до оригінальних рішень. Креативність полягає в оригінальності, унікальності та продуктивності [12, 29].

На думку Джеррі Сольца, креативність – це те, що ми робимо з уявою. Він вважає, що уява безмежна й завжди поряд. Це інструмент, що подовжує життя та оживлює минуле, теперішнє і майбутнє, розширює свідомість на довколишній світ, герметизує, складає, розкладає і поєднує думки [14, 19].

Розглянемо також творчість у креативному менеджменті та його мету. Методи пошуку управлінських рішень поділяють на три види:

1) евристичні;

2) функціонально-структурні дослідження об’єктів;

3) комбіновані алгоритми.

Методи, засновані на стратегіях творчої діяльності:

*1. Евристичні методи*. Грунтуються на принципі випадкового пошуку під час «мозкової атаки», автором якої є відомий американський діяч у галузі реклами Алекс Осборн. Основні ідеї: колективний пошук ідей, поділ процесів генерації та критики в часі. Метод здійснюється в два етапи. На першому – висувають ідеї, навіть якщо вони здаються безглуздими: що більше ідей, то краще. Щоб не вбити творчий ентузіазм, критикувати висловлювані ідеї заборонено. На другому етапі всі висунуті ідеї вивчають спеціалісти, які найбільшою мірою відповідають усім критеріям, впроваджують у виробництво.

*2. Зворотна мозкова атака* – різновид методу мозкового штурму. Процес відбувається у два етапи: на першому виявляють всі можливі недоліки об’єкта; на другому етапі пропонують шляхи їх усунення. Цей метод дає змогу знаходити більшу кількість нових рішень, відстежити можливі недоліки.

*3. Тіньова мозкова атака* – різновид мозкового штурму, орієнтований переважно на тренінг творчих особистостей та їх навчання. Метод залучає всіх учасників без обмежень. Під час методу формують групи: активних генераторів та «тіньового кабінету». Учасники групи «тіньового кабінету» стежать за роботою активних генераторів, фіксуючи ідеї і рішення, що вони висувають, але не висловлюють своїх пропозицій.

*4. Метод 635* – один із варіантів мозкової атаки. Число 635 означає: шість учасників, три пропозиції, п’ять передач по колу. Є проблема, до якої шість учасників письмово пропонують по три пропозиції, на вирішення п’ять хвилин. Пропозиції передають по колу. У результаті вісімнадцять пропозицій варіюються п’ять разів з різних позицій.

*5. Корабельна рада* ( інша назва «нарада піратів») – різновид мозкового штурму, для вирішення проблеми в умовах дефіциту часу та інформації. Автори методу – В. Гільде, К. Штарке (Східна Німеччина, 1970). Суть методу – заздалегідь встановлюють черговість виступів від «юнги» до «капітана». Успіх наради залежить від уміння керівника створити відповідну обстановку, стимулювати учасників на генерацію ідей. Критикувати, а потім і захищати відібрані ідеї повинні всі. На

завершення «капітан» підводить підсумки.

*6. Метод фокальних об'єктів* (інші назви: метод випадкових об'єктів, метод каталогу), автор – професор Берлінського університету Еміль Кунце (1923), удосконалив – Чарльз Вайтинг (США, 1950): метод пошуку нових ідей шляхом приєднання випадкових об'єктів, у результаті чого виникають незвичайні комбінації шляхом вільних асоціацій, котрі дають змогу подолати психологічну інерцію. Цей метод використовують, коли треба модернізувати або вдосконалити вже наявний об'єкт.

*7. Синектичний метод.* Автор одного із найбільш ефективних методів стимулювання творчої діяльності – В. Гордон (США, 1976). Його основу становить принцип класичного мозкового штурму, який передбачає розгляд проблеми групою. На відміну від мозкового штурму, у синектиці дозволена критика, а головною особливістю є використання порівнянь та аналогій. Суть методу: під час синектичних засідань «клієнт» висуває проблему, пояснює її суть. Всі інші після нетривалої наради пропонують варіант розв'язання. «Клієнт» його аналізує, вказує на позитивні та негативні моменти. Учасники знову радяться, пропонуючи інше рішення, яке так само аналізують. Пропозиції висувають доти, доки не буде знайдено прийнятне рішення.

*8. Метод запитань* (розробники Д. Поя, А. Осборн, Т. Ейлоарт). Цей метод можна застосовувати в комбінації з методом мозкового штурму для формулювання відповідей, генерування ідей. Метод передбачає відповіді на запитання, які можуть наштовхнути на цікаву ідею модифікації об'єкта. Ефективність методу залежить від розробника запитань, який повинен мати багату уяву та вміти абстрагуватися від стереотипів.

*9. Метод колективного блокнота*. Кожен працівник сфери культури може записати в блокнот власний варіант вирішення ідеї, яку запропонував колектив. «Блокнот» має перебувати у визначеному місці, щоб всі мали змогу долучитися і запропонувати власний погляд, а в подальшому найвлучніший виносять на загальне обговорення.

*10. Метод розкладання на частини*: є ідея чи предмет, до них формують перелік основних характеристик і розглядають кожну окремо з метою її вдосконалення. Така стратегія дозволяє охопити досвід, формалізувати ідеї за допомогою сучасних засобів.

*11. Метод написання сценаріїв*. Суть методу: експерт готує індивідуальний сценарій, а потім узгоджує з думкою інших фахівців та керівників. Складання сценарію дозволяє в деталях відстежити послідовність дій, які мають бути виконані, і врахувати критичні моменти, що можуть виникнути в процесі прийняття рішення. Перевагою методу є наявність кількісного або статистичного аналізу із попередніми висновками та прогнозами.

Використання цих методів є цілеспрямованим на вирішення поставлених зазавдань. Досягнення успіху залежить від характеру завдання, особистих якостей розробника, ступеня повноти й достовірності вихідної інформації. Ведучий має орієнтуватися в інформаційному середовищі, володіти методологією пізнання і творчості. Під час творчого процесу інтуїтивно може виникнути креативне рішення [12, 92].

Отже, зародження, зростання і визрівання креативної психічної системи – це новий принцип дій творчої людини. Тому творчість – процес, у результаті якого виникає об'єктивно цінний і самодостатній, оригінальний продукт. Творчість, на думку В. Клименка виявляється в тому, що людина стає здатною робити винаходи, відкриття і створювати художні образи. Суть у них одна. Різниця лише в засобах проникнення в природу творчості.

Відкриття завжди є елементом відомого: не знав і дізнався; для близьких – він відкривач; і рідкісна вдача – відкриття для людства. Отже, породження нового, того, що ще не існувало реально, було в людині потенційним.

Закладена в наше єство природою креативна психічна система не проросте, якщо була пригнічена несприятливими обставинами. Вона буде існувати за умови, що отримуватиме необхідний мінімум енергії [5, 141].

Завдяки креативності людина виражає себе, змінює як власний внутрішній світ, так і зовнішній. Креативність характеризується через застосування інтуїції в процесі розробки та ухвалення рішення, пошуково-дослідної активності, через мотиваційну спрямованість особистості. Успіх при розв'язанні творчих завдань залежить від ступеня спроможності маніпулювати з ідеями, а також від «внутрішнього плану дій особистості». Також велике значення має рівень інтелекту, потреба в самореалізації, уявлення людини про її місце в суспільстві. Саме така особистість здатна на творчу діяльність, вона прагне нестандартно вирішити проблему, отримавши свій продукт творчості. Людям з високим рівнем креативності властиві такі риси, як надія на успіх, вміння співпереживати, а також є страх бути знехтуваним.

Отже, креативність може проявлятися в будь-кого в будь-якій справі, особливо якщо взяти до уваги безліч способів, якими вона може бути реалізована [12 23].

### 7.5. Роль діалогічного мислення у творчому розвитку

В. Біблер називає детермінантою творчого мислення логіку діалогу, яка є формою внутрішнього сперечання, схемою самообґрунтування логіки мислення. Згідно із цим підходом, детермінантою творчого мислення є діалогічне мислення.

Психологи переконані, що, розвинувши відповідні здібності та подолавши внутрішні бар'єри у будь-якому віці, можна навчити людину творчо мислити. Вони виділяють чотири внутрішні бар'єри стосовно творчості: конформізм, ригідність, бажання знайти відповідь негайно, цензура. Також, на думку психологів, у творчому розвитку велике значення мають риси характеру особистості та особливості темпераменту, що виражаються в активності, емоційності, особливостях моторики, імпульсивності, цілеспрямованості, працездатності, оригінальності, активності та ін. [9, 227].

Чималий внесок у розвиток психології творчого мислення зробив Г. Костюк (1899–1982) – багаторічний голова і засновник української школи дослідження мислення. На його думку, творче мислення виникає стимульованою потребою зрозуміти якусь нову для людини ситуацію. Саме мислення є основою розуміння, яке є процесом пізнання нового, невідомого за допомогою відомого. Г. Костюк зазначає, що вирішення завдання виникає як «осяяння», тобто

випадково, після напружених зусиль і є завершенням аналітико-синтетичної роботи над певним завданням [2, 31].

Основна мета пізнання творчої думки людини як вищої форми індивідуалізації – абсолютна співвіднесеність зі світом. Це виражається у світогляді людини, її вчинках. Уся практична сфера людської діяльності є вираженням прагнення людини до неповторності. Будь-який вчинок, що зачіпає інтереси особи, можна пояснити цим принципом. Людина може до кінця зрозуміти тільки те, що сама пережила, що стало внутрішньою подією її життя. Саме той, хто вміє відтворювати справжні художні цінності з неповторною індивідуалізацією, вважається творцем. Коли індивідуальність починає розуміти іншу людську індивідуальність, виникає творче спілкування між людьми. У спілкуванні оригінальностей є певна суперечність. Те, що людей відрізняє, у чому вони розходяться, стає ґрунтом для змістового зв'язку. Оригінальність становить усе те, що істотно відрізняє одну людину від іншої – неповторні її риси, тобто саме творчу індивідуальність [10, 128].

## *Висновки*

Людство потребує нового типу мислення. Сучасне українське суспільство потребує творчих людей в усіх галузях людської діяльності. Формування творчого типу припускає освоєння нею принципово нової культури мислення, суть якої полягає в розвитку інтелекту за допомогою нетрадиційних технологій навчання. Визначальними в прояві творчої активності є саморозвиток, виникнення нових способів діяльності, нового мислення, нових знань, що, на наш погляд, може бути детерміновано психологічними особливостями працівників у сфері культури у співвідношенні з креативністю.

Ключовою характеристикою творчості є принципова новизна продукту, тобто творче мислення характеризується пошуком принципово нових рішень, виходом за межі наявної системи. Питання зв’язку мислення з творчістю вже стало аксіоматичним. Творчість має здатність постійно руйнувати звичні межі накопиченого досвіду.

Важко уявити творчу особистість, яка б безпристрасно створювала свої шедеври. Тому ключовим завданням має стати навчання творчому мисленню. Сьогодні стає важливішим правильно, розумно та швидко думати, аніж багато знати. Творча активність – здатність самостійно працювати, використовувати власний потенціал для творчої роботи, творче натхнення, що базується на високому рівні зацікавленості. Творча особистість характеризується тим, що її пізнавальну потребу задовольнити неможливо. Базується пізнавальна потреба на активності, потребі в самому процесі розумової діяльності. Для задоволення потреби в мисленні потрібна інформація ззовні, яка була б стимулом. Людина визначає для себе одну з особистісних детермінант – стимул, пов'язаний з індивідуальними та суспільними потребами, здатністю головного мозку до сприйняття інформації. Загальні інтелектуальні здібності особистості пов’язані з детермінантою креативних процесів – інтуїцією. Після процесу творчості, який розпочинається інтуїцією, має бути розроблена ідея, тобто процес, у якому відбувається велика

внутрішня робота за обсягом обробленої інформації. Кожна ідея є носієм певного сенсу. Також зазначимо, що підвищена активність життя людини відбувається під час творчого натхнення, детермінантою якого є тонус, вважав В. Клименко. Підійшовши до вирішення справи нестандартно, особистість здатна вирішувати нові завдання, підвищуючи ефективність продуктивної діяльності в різних галузях. І саме креативний потенціал тісно переплітається з іншими структурними складовими психіки, з елементами, що детермінують творчі процеси. Здатність до творчості можна стимулювати в кожного індивіда в різних галузях: наука, техніка, культура і мистецтва. Творче мислення ґрунтується на достатньо високому рівні розвитку творчих та інтелектуальних здібностей.

Отже, творче мислення – це спосіб мислити, процес, який сприяє створенню нового. Є складовою частиною інтелекту і може бути застосоване для розв'язання проблеми з позиції надситуативної активності. Також потрібно констатувати, що важливий вплив зовнішніх (середовище) і внутрішніх (тонус, стимул, інтуїція, ідея, діалогічне мислення) чинників на розвиток творчого мислення особистості, а також на пошук оптимальних психологічних методів для розвитку творчого мислення особистості в різний віковий період її життя.

### *Список використаних джерел*

1. Григор'єв О. Людина: поведінка, мислення, еволюція. Київ, 2000. 64 с.
2. Ільїна Н. Психологія творчості та обдарованості. Суми : Університетська книга, 2022. 234 с.
3. Карпенко Н. А. Психологія творчості. Львів, 2016. 156 с.
4. Клейнман П. Психологія 101: факти, теорія, статистика, тести й таке інше! Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 240 с.
5. Клименко В. Психологія творчості. Київ, 2006. 480 с.
6. Клименко В. В. Тонус людини і готовність до творчості. *Соціальна психологія*. 2009. №6 (38). С. 37–53.
7. Кузьмін О., Мельник О. Основи менеджменту. Київ : Академвидав, 2007. 464 с.
8. Окландер М., Жарська І. Поведінка споживача. Київ, 2021. 208 с.
9. Пасічник І. Д., Каламаж Р. В. та ін. Психологія мислення / за ред. І. Д. Пасічника. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. 560 с.
10. Роменець В. Психологія творчості. Київ : Либідь, 2001. 288 с.
11. Свааб Д. Наш творчий мозок. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 464 с.
12. Свирдук І. Креативний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 224 с.
13. Скрипченко О. В., Долинська Л. В. та ін. Вікова та педагогічна психологія : навч. посіб., 3-тє вид.,випр. і доп. Київ : Каравела, 2012. 400 с.
14. Сольц Д. Як стати митцем. 60 практичних порад. Харків : Віват, 2022. 144 с.
15. Трач Р., Балл Г. Психологія і духовність. Київ: Пульсари, 2005. 279 с.

***Цитування розділу 7:*** Науменко О. А. Психологічні детермінанти творчого мислення працівників у сфері культури. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 121–140.

## *Додаток 1*

## *Творчі зустрічі, гостьові лекції, майстер-класи видатних діячів української культури зі здобувачами Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*

***Зустріч із засновниками першої в Україні RISO-студії та артмайстерні Олексієм Пеньуелас-і-Кальдерон та Олегом Федунчаком***

***Зустріч з видатною українською художницею вірменського походження, дизайнеркою, майстринею петриківського розпису і декоративного мистецтва, каліграфінею, викладачкою Академії мистецтва краси м. Києва Мариною Саркісян***

***Тренінг на креативність та розвиток творчих здібностей***

***Урок-тренінг «Від ідеї до реалізації»***

***Урок-тренінг «Як розвинути інтуїцію»***

# Розділ 8

# ОРГАНІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИХ ПРАКТИК І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

## 8.1. Сутність культурних потреб

Вчинки та діяльність, мотиви поведінки й інтереси, ціннісні орієнтації та особисті переконання визначають потреби людини. *Потреба* – це стан живого організму, людської особистості, групи, суспільства загалом, що виражає їхню залежність від об'єктивного змісту умов існування та спонукає до різних форм активності [16]. Потреби визначають діяльність людини, її вчинки, пояснюють мотиви, інтереси й цінності. Потреби – це динамічна система, що перебуває в розвитку і під час чого відбувається їх трансформація, перехід одних потреб в інші, їх зміна [17, 119].

Функціонування людських потреб слід розглядати у вигляді взаємозв'язку із культурним середовищем, у якому існує людина. Такий зв'язок полягає в тому, що середовище впливає на потребу так само, як потреба впливає на середовище.

Потреби поділяють на біологічні та соціальні. Основна функція *біологічної потреби* – збереження високостійкого виживання і продовження виду. *Соціальні потреби* за своєю суттю і характером відрізняються від потреб біологічних. Суспільний організм через свої потреби виявляє діяльно-перетворюючу сутність. А оскільки потреби є конкретним проявом сутнісних сил – основного змісту життєвої енергії людини в її прагненні до володіння необхідними їй компонентами життєдіяльності, то можна зробити висновок, що забезпечення збереження та сталого розвитку суспільного буття є основна функція потреб людини зокрема, в цілому ж – усіх суспільних організмів [17, 113].

Найбільш відомою є ієрархія потреб, яку запропонував американський соціолог А. Маслоу. У своїй роботі «Мотивація і особистість» (1954) дослідник припустив, що всі потреби людини вроджені і що вони організовані в ієрархічну систему пріоритету або домінування, що складається з таких рівнів:

- *фізіологічні потреби* (їжа, вода, сон, розмноження, захист від небезпеки);
- *екзистенціальні потреби* (потреби в безпеці: стабільність, порядок, залежність, захист, свобода від страху, тривоги і хаосу);
- *соціальні потреби* (потреби в любові і приналежності: сім'я, дружба, своє коло, референтна група);
- *потреби престижу* (потреби в повазі і визнанні);
- *духовні потреби* (потреби в самоактуалізації: розвиток і реалізація того, до чого в людини є схильності та здібності, самовираження через творчість і гру) [29].

Продовжуючи дослідження, науковець додав ще дві потреби, які визначають як культурні:

- *пізнавальні потреби* (прагнення знань, вмінь та досліджень);
- *естетичні потреби* (пошук гармонії, краси та порядку).

Необхідно зазначити, що в сучасній науковій літературі доволі часто трапляється поняття «соціокультурні потреби». Соціальні та культурні потреби пов'язані з культурним та соціальним середовищем і тісно переплітаються між собою. Їх формування та способи реалізації залежать від рівня освіти, соціального статусу та загального рівня розвитку особистості. Соціокультурні потреби різноманітні, супроводжують людину протягом усього її свідомого життя і є джерелом розвитку особистості. Вони проявляються в таких сферах життя людини, як освіта, духовність та дозвілля. Утім поняття «соціальні потреби» та «культурні потреби» необхідно розрізняти. Дослідники зазначають, що соціальні потреби можна розглядати як вроджені, а культурні формуються і розвиваються в результаті впливу культури на людину. *Соціальні потреби* – це потреби в спілкуванні та самовдосконаленні, в альтруїзмі та дружбі, у свободі та схваленні оточення, у прагненні до влади та самореалізації. *Культурні потреби* – це потреби в освіті, освоєнні художніх цінностей, духовному розвитку, творчій діяльності [26, 229].

Потреби особи, соціальних груп завжди пов'язані з розвитком культури. По-перше, особа залежить від зовнішнього світу, від його культури, а по-друге, прагнення до культури виявляється у формі потреб. Все це дозволило вченим оперувати поняттям «культурні потреби», які, у свою чергу, також можуть бути класифіковані за різними підставами [17, 117].

Культурні потреби невід'ємно пов'язані з культурою пізнання, культурою самовираження та культурою спілкування. Процес задоволення культурних потреб характеризується усвідомленим ставленням людини до навколишнього світу, матеріальних і духовних цінностей, практично-творчої діяльності та форм задоволення потреб загалом [26, 230].

Середовище, у якому людина задовольняє свої культурні потреби, називають культурним простором. Культурний простір України – сфера, у якій відповідно до законодавства провадять культурну діяльність та задовольняють культурні, інформаційні й дозвіллєві потреби громадян, що охоплює, зокрема, телебачення, радіомовлення, періодичні друковані видання та книговидавничу продукцію, ринок культурних благ, а також культурно-мистецьке середовище [10].

Науковці визначають такі риси культурних потреб:

– культурні потреби досить важко ідентифікувати, бо вони належать переважно до духовних потреб;

– культурні потреби є індивідуальними, оскільки в різних людей виражаються по-різному;

– культурні потреби «не є обов'язковими» і можуть бути необмеженими;

– культурні потреби не можуть бути задоволені повністю;

– на відміну від задоволеності фізіологічних потреб, ступінь задоволення культурних потреб важко оцінити і виміряти, його не можна виразити за допомогою загальноприйнятих норм: він завжди суб'єктивний;

– значимість культурних потреб двояка: культурна діяльність породжує нові культурні потреби, які призводять до появи нової культурної діяльності;

– культурні потреби можна розглядати у вигляді «зрізу» всієї системи потреб особистості – рівень їх розвитку свідчить про рівень розвитку людини і суспільства, у якому вона існує;

– структура змісту культурних потреб включає: потреби в речах, знаннях, цінностях, в інших людях і в додатковому (ілюзорному) досвіді; потреба в ілюзорному досвіді – це потреба в культурі (в різних її художньо-творчих проявах і модифікаціях) [26, 230].

Культурні потреби формуються в процесі виховання, соціалізації та інкультурації особистості. Головними суб'єктами формування культурних потреб є: *сім'я, засоби масової інформації та заклади культури*.

У сім'ї, в якій людина виховується і проходить основні етапи соціалізації, закладається фундамент запитів, формуються потреби і способи їх споживання. Родинне виховання має свою специфіку. Система виховних стосунків характеризується природною близькістю між вихователями й вихованцями, любов'ю між батьками і дітьми. Вся атмосфера родинного життя певним чином формує в дітей звички, риси характеру, потреби, певне ставлення до своїх обов'язків. Для здорового сімейного колективу притаманні почуття взаємної поваги, довіри, взаємного піклування між подружжям, батьками й дітьми, братами та сестрами, які створюють найсприятливіші умови для здійснення сім'єю своїх виховних функцій. *Важливими засобами сімейного виховання* є:

– вплив атмосфери сімейного життя, її трудового укладу, громадянської зрілості, культури взаємостосунків;

– використання трудових традицій сім'ї;

– організація життя дитини в сім'ї: режим, обов'язки, вимоги, участь дітей у домашній роботі;

– піклування про навчальну діяльність;

– організація дозвілля [2, 90].

Водночас сучасний світ відзначається підвищеною соціальною мобільністю, тому протягом життя людина потрапляє в різні соціальні групи, у яких адаптується і які впливають на її культурні потреби [26, 230].

Значну роль у формуванні культурних потреб у сучасному глобальному світі відіграють *засоби масової інформації*: теле- та радіомовлення, інтернет, соціальні мережі. Існує складний зв'язок між соціокультурною реальністю і її репрезентацією в медіа. Можна зазначити, що медіа, які є невід'ємною частиною повсякденного життя сучасних людей, мають позитивний і негативний вплив на формування культурних потреб. Зокрема, вони сприяють розвитку культурного розмаїття, активізують міжкультурну комунікацію, роблять культурні продукти доступними для різних верств населення. Разом з тим, комерціалізація ЗМІ впливає на уніфікацію культурних продуктів. Наслідком цього є втрата здатності обирати самостійно та відсутність можливості споживати культурні продукти, орієнтація не на власні потреби, а на продукти запропоновані ЗМІ, які не завжди пропагують справжні культурні цінності суспільства. Масова культура впливає на смаки та орієнтує сучасну людину в процесі формування культурних потреб.

Така ситуація є загрозливою, оскільки існує небезпека нав'язування культурних продуктів низької якості [26, 230].

Важлива роль у формуванні культурних потреб належить *закладам культури*, які виконують функції створення, збереження, популяризації та трансляції культурних продуктів. Вони покликані сприяти формуванню культури суспільства загалом і культурних потреб людини зокрема [26, 231]. Різноманітність закладів культури дає можливість розвинути всі грані творчого потенціалу людини, а також допомагає всебічно розвиватися, що є дуже важливим у нашому часі. Адже в будь-якій професії цінують людей, які вміють ефективно спілкуватися в колективі, швидко вирішувати проблеми, мають наполегливість, креативність і є цікавими співрозмовниками. Саме завдяки таким якостям можна досягти успіху і саме ці якості закладають в людину в закладах культури [11, 239]. Критерієм розвитку і формування потреб особистості через заклади культури є такі показники:

– кількість закладів культури;
– розподіл закладів культури за формою власності (переважають заклади з приватною формою власності);
– частка відвідувань закладів культури за жанрами;
– матеріально-технічна база закладів культури;
– обсяг та структура доходів і витрат закладів культури [8, 158].

В Україні існує низка проблем, які впливають на формування культурних потреб українців. До таких проблем можна віднести: недостатнє фінансування сфери культури; невиконання програм розвитку культури на місцевому рівні; брак закладів культури та їх територіальна віддаленість від споживачів; низький рівень інформаційної доступності закладів культури; фінансова неспроможність громадян [26, 231].

## 8.2. Специфіка культурних продуктів

Культурні потреби задовольняють шляхом споживання культурних продуктів. Відповідно до законодавства України *культурний продукт* (культурна продукція) – це товари та послуги, що виробляють (тиражують) у процесі культурної діяльності на основі творів і які слугують для задоволення громадянами своїх творчих, духовних, дозвіллєвих потреб (видання, фільми та їх демонстрація, аудіопродукти (фонограми, аудіоальбоми), вироби ужиткового мистецтва, театральні та циркові вистави, концерти тощо) [7].

Культурний продукт – це загальне поняття, яким позначають як безпосередні результати діяльності культурних інституцій, так і в більш широкому розумінні – як продукт, що має набір певних властивостей і створює культурну або естетичну цінність. Культурні продукти мають низку відмінностей від інших видів товарів та послуг. Найважливішими з них є такі:

– культурний продукт можна відчути безпосередньо в процесі його споживання. Виставу або фільм можна подивитися тільки під час показу, не пізніше і не раніше;

– культурні продукти створює людина – це результат діяльності творця. Важливе значення в процесі створення культурних продуктів має талант. Цим вони відрізняються від продуктів масового вжитку, тих, що продукує масова культура [23, 446].

Існують традиційні уявлення про значення культурних продуктів у суспільстві. По-перше, культурний продукт – це елітарний продукт (високе мистецтво). По-друге, це масовий культурний продукт (низька або масова культура). Високе мистецтво, на відміну від масової культури, передбачає елітарність, високу естетичну цінність і відповідно значущість культурного продукту як із соціального, так і з економічного боку. Створення таких продуктів відбувається під впливом внутрішніх естетичних і моральних установок творця, його уявою, фантазією, духовністю, творчим задумом. Творець менш схильний до таких «зовнішніх» впливів, як мода, стереотипи, бажання споживачів [24, 79].

Культурні продукти створюють люди і для людей як на індивідуальному, так і на колективному рівнях, вони покликані задовольняти, крім загальноприйнятих потреб у споживанні, ще й патріотичні потреби людей. Водночас культурні продукти є феноменом, що підпорядковує своє існування динаміці розвитку загальної культури суспільства, на яку можуть впливати процеси державотворення, зміни вподобань, процеси глобалізації та багато інших [6, 105–106].

Культурні продукти є товарами та послугами особливого попиту. Процес їх придбання вимагає від споживачів чіткого усвідомлення і певних зусиль. Іншими словами, процес вибору та покупки культурних продуктів можна характеризувати як продуманий. Купуючи культурний продукт, споживачі отримують враження та емоції. Отже, культурні продукти складаються з таких компонентів: культурний продукт у вигляді товару або послуги, в матеріальному або нематеріальному вигляді; емоційна складова, яку отримує споживач; супутні товари та послуги, які допомагають здійснювати реалізацію культурного продукту [24, 79].

Культурні продукти можуть бути виражені у вигляді:

– *культурної цінності* або артефакту (малюнок, рукопис, музика, пісня, виступ, архітектурне середовище тощо);

– *товару* – культурної цінності в матеріальній формі, запропонованій до продажу (книга, картина, інші твори мистецтва);

– *послуги* – культурної цінності в нематеріальній формі, яку створив суб’єкт сфери культури з метою задоволення певних потреб цільової групи (театральний виступ, музичний концерт, виставка, фестиваль);

– *сукупності* зазначених вище видів культурних продуктів, що створює додаткову цінність в інших видах діяльності (культурний туризм, освіта в галузі культури, культурно-дозвіллєві заходи) [23, 446].

Культурні продукти, як і будь-які товари та послуги, мають життєвий цикл, який складається з таких етапів: розробка, виведення на ринок, зростання, зрілість і занепад. Споживачі по-різному сприймають нові культурні продукти. Окремі групи неохоче погоджуються спробувати нове, інші – активно відмовляються від старого на користь нового культурного продукту.

Культурні продукти часто здаються досить складними, оскільки сприйняття їх включає естетичні уявлення, тобто суб'єктивний елемент, що не підлягає кількісному визначенню і пов'язаний зі смаками та вихованням споживачів [24, 80].

Головними особливостями культурних продуктів є:

– не можуть бути випробуваними до дня прем'єри (у галузі виконавських мистецтв);

– мають встановлений термін життя, що не залежить від комерційного успіху;

– не можуть зберігатися ані виробником, ані споживачем, внаслідок чого зростає рівень ризику і змінюється характер конкуренції [5].

В Україні заклади дуже часто не мають налагодженого зворотного зв'язку зі споживачами культурних продуктів, намагаючись нав'язати їм універсальні, класичні, перевірені часом культурні цінності, незважаючи на попит. Для всебічного задоволення культурних потреб громадян найкращим інструментом є наповнений ринок культурних продуктів [26, 231].

Споживання культурних продуктів відбувається в середовищі національного інформаційно-культурного простору (*табл. 1*).

*Таблиця 1*

**Складові національного інформаційно-культурного простору**

| № | Складова | Прояв |
|---|---|---|
| 1 | Творці культурно-мистецьких цінностей (творів, виконань, мистецьких проєктів) | Автори, виконавці, продюсери, постановники (професійні творчі працівники та аматори, мистецькі колективи) |
| 2 | Національні культурні виробники | Тиражувальники |
| 3 | Канали культурної комунікації | Телеканали, радіоканали, мережі мовлення, кіномережі, мережі бібліотечних та клубних закладів, мережі промоції та дистрибуції культурного продукту |
| 4 | Споживачі культурного продукту | Індивідуальні, колективні |
| 5 | Регуляторні структури | Органи та системи регулювання інформаційно-культурної діяльності й саморегулювання культурно-мистецького середовища |

*Джерело*: [7].

Виділяють низку проблем культурного простору України, пов'язаних зі споживанням культурних продуктів, а саме:

– надання переваги культурним продуктам, які ретранслюють ЗМІ;

– вибір на користь закордонних, західних культурних продуктів, свідома відмова від національних виробників культурних продуктів;

– нерівність в умовах споживання культурних продуктів;

– брак вільного часу [26, 231].

Створення культурних продуктів та управління ними залишається важливим й актуальним питанням у сучасних умовах. З огляду на те, що воєнний стан загострює відчуття людей, пов'язані з національною культурою, сформованими цінностями, патріотизмом, нові чи відповідні наявні культурні продукти повинні відповідати відчуттям, які превалюють у суспільстві. Належне позиціювання

таких культурних продуктів спроможне забезпечити створення новітніх творчих брендів як на індивідуальному рівні, так і на рівні творчих інституцій, а в комплексі це сприятиме формуванню бренду нашої країни [6, 109].

### 8.3. Особливості культурно-дозвіллєвої діяльності студентської молоді

Дозвілля – це сукупність видів діяльності, спрямованих на задоволення різного роду потреб людей у вільний час. Культурно-дозвіллєва діяльність не лише є проявом потреб людини, її ціннісних орієнтацій, а й також сприяє вільному саморозвитку особистості на основі самостійного волевиявлення, бажань і кола інтересів [9, 389].

Зміст культурно-дозвіллєвих практик визначають за такими ознаками:

- розвиток особистості;
- самоцінність і суспільна значущість водночас;
- відсутність правової, технологічної та соціальної регламентації;
- зміна видів дозвіллєвої практики, їх взаємозамінюваність, вільна послідовність;
- наявність широкого спектру форм самореалізації;
- відсутність антикультурних та асоціальних проявів у дозвіллєвій практиці.

До основних специфічних характеристик культурно-дозвіллєвих практик можна віднести:

– *процесуальні* – припускають наявність суб'єкта і об'єкта практики, її цілей, завдань, функцій, прогнозованих результатів;

– *просторові* – чітко фіксують межі культурно-дозвіллєвих практик у межах загального бюджету вільного часу;

– *змістовні* – ґрунтуються на високому рівні активності та соціальної ініціативи, духовно-естетичних потребах, інтересах, мотивах, психологічних установках особистості й соціуму [21, 132].

Культурно-дозвіллєві практики залежать від соціально-демографічних особливостей (віку, статі, соціального становища, освітнього рівня, професії). Дозвіллєва поведінка пов'язана із майновим забезпеченням та матеріальними статками громадян. Такі форми дозвілля, як перегляд телебачення, читання, релігійні захоплення, прослуховування радіо та музики доступні практично кожному українцю, втім використання інших дозвіллєвих орієнтацій та практик (відвідування кіно, театру, кінотеатру, хобі тощо) з різним ступенем інтенсивності зменшується відповідно до зниження соціального статусу та матеріальних можливостей особи. І хоча чинники приналежності до тієї чи іншої соціальної верстви багатомірні й суттєву роль у виборі дозвіллєвих форм відіграє не лише рівень матеріального забезпечення, його значимість безумовна й незаперечна. Тому для більшості населення ціла низка дозвіллєвих практик є недосяжною (ідеться передусім про активне дозвілля за межами власної домівки, рекреаційні та туристичні захоплення, задоволення потреб у повноцінному соціальному, культурному, громадському житті тощо), що відтворює в наступних поколіннях

несформованість культурних запитів і смаків, апатію і незнання переваг активного культурного життя, можливостей насиченого й повноцінного проведення дозвілля, де навіть усвідомлення можливості сприйняття культури в публічному просторі відсутнє. Така ситуація дисбалансу призводить до того, що населення однієї країни живе в абсолютно різних культурних світах, що поглиблює соціокультурну диференціацію та культурно-дозвіллєву поляризацію в суспільстві [14, 112–113].

Особливості культурно-дозвіллєвої діяльності молоді багато в чому спричинені тими складними й суперечливими процесами, які відбуваються в умовах наростаючої модернізації, розвитку науково-технічної революції, кризи основних інститутів соціалізації, розриву між соціальною і фізичною зрілістю молодого покоління, подовженням строків навчання. Особливості молоді складним чином проявляються в її дозвіллі, що порівняно з дозвіллям інших вікових груп відрізняється найбільшою мобільністю, активністю і розмаїтістю. У сфері вільного часу молодь відрізняється найбільшою чутливістю та потребою в інноваціях. Окрім того, молодь, як правило, має набагато більше вільного часу та не обмежена у виборі способів його використання наявністю родини та дітей. При цьому сфера дозвілля є найбільш привабливою для юнаків та дівчат та найбільш значимою після навчання. Дозвілля молодь сприймає як основну сферу життєдіяльності, від задоволеності нею залежить загальна задоволеність життям. Справжнє життя для здобувача найчастіше починається за порогом закладу вищої освіти. Культурно-дозвіллєві практики молоді можна розглядати як частину життєвого процесу, якою вона вільно оперує та може використовувати на свій розсуд [20, 180].

Культурно-дозвіллєві практики молоді є сприятливим ґрунтом для випробування нею своїх фундаментальних людських потреб. Молодій людині набагато простіше сформувати поважне ставлення до себе, подолати певні особисті недоліки через дозвіллєву активність і закріпити такі риси, як ініціативність, впевненість у собі, витривалість, стриманість тощо [21, 132].

Здобувачі вищої освіти – це активні споживачі соціокультурних цінностей суспільства (під час навчання в закладі вищої освіти відбувається накопичення знань, професійних вмінь, розвиток соціальних мереж та навичок побудови соціальних відносин). Студентство є основним джерелом відтворення соціокультурного капіталу сучасного суспільства. Від якості отриманих знань, вмінь, навичок, уміння будувати соціальні відносини, від культурних цінностей та моральних норм випускника закладу вищої освіти буде залежати не тільки якість життя окремих індивідів та ефективність певного виробництва, але й прогрес у соціальних, культурних та економічних структурах суспільства загалом [20, 178].

Дозвіллєвий час приваблює здобувачів нерегламентованістю, самостійним вибором різних видів занять, можливістю поєднувати в ньому розважальні та розвивальні види діяльності. Однак організація дозвілля студентської молоді складна і суперечлива. З одного боку, маючи можливість вибирати заняття на дозвіллі за власним бажанням, молоді люди часто не готові до свідомого вибору видів діяльності, які сприяли б повноцінному формуванню особистості. З іншого боку, здобувачі сприймають дозвілля тільки як час розваг. Така ситуація пояснюється тим,

що організація дозвілля студентської молоді часто зводиться до окремих розважальних заходів або до перенесення у сферу дозвілля методів і форм навчальної діяльності. Викликає тривогу і відсутність у частини здобувачів стимулу до навчання, самоосвіти, творчості, розвитку своїх здібностей тощо. Розширення платних освітніх послуг, комерціалізація дозвіллєвої сфери, витіснення безкоштовних культурних послуг із центрів дозвілля розмежувала молодіжне середовище. Така ситуація може призвести до втрати значної частини інтелектуального потенціалу держави внаслідок соціальної нерівності. Формування творчої особистості здобувача у сфері дозвілля також гальмується низьким рівнем підготовки організаторів до означеного виду діяльності. Тому необхідно створити умови, які б спонукали кожного здобувача творчо самореалізовуватися, розвивати свої потреби, інтереси, схильності [28, 252].

Сьогодні найбільш актуальними проблемами у сфері молодіжної культури можна вважати: зниження культурного рівня підлітків і молоді загалом порівняно з попередніми поколіннями молодих людей у зв'язку з обмеженням доступу до культурних благ; скорочення можливостей для культурного виховання, освіти молоді, організації культурного дозвілля у зв'язку із втратою значної частини культурно-дозвіллєвих установ державного підпорядкування; вимивання зі сфери культури безкоштовних видів культурного дозвілля; закордонна, псевдокультурна, антикультурна експансія, засилля неякісних зразків попкультури; відсутність належного контролю за змістовною діяльністю комерційних та приватних культурно-дозвіллєвих закладів; неухильний ріст негативних явищ у підлітковому та молодіжному середовищі – пияцтва, наркоманії, токсикоманії, жебрацтва – внаслідок послаблення виховання; втрата значної частини національних, культурних традицій; вестернізація і американізація способу мислення, підміна справжніх духовних орієнтирів, інтелектуальних форм дозвілля вдаваними цінностями, пропагандою збагачення за будь-яку ціну тощо [1, 77].

Виділимо види культурно-дозвіллєвих практик молоді:

– *активна рекреація* (непрофесійний спорт, прогулянки та інші форми спілкування з природою, спортивні й інтелектуальні ігри, розведення квітів тощо);

– *товариське спілкування*, розваги, свята, відвідування спортивних змагань, ресторанів, танцювальних закладів, клубів тощо;

– *індивідуальне споживання цінностей культури* (читання, прослуховування радіопередач, музичних записів, перегляд телепередач, сприйняття інтернет-інформації тощо);

– *споживання духовних цінностей публічно-видовищного характеру* (кіно, театр, філармонія, естрада, музей, виставка, лекторій, планетарій, зоопарк, ботанічний сад тощо);

– *пізнавальний, спортивно-оздоровчий туризм*, участь у клубних об'єднаннях, спортивних секціях та інших формах колективного проведення часу;

– *аматорська творчість* (співи, музикування, художня самодіяльність, колекціонування, моделювання, конструювання, ремесла тощо [27, 55–56].

Великою популярність серед студентської молоді користуються туристичні та екскурсійні послуги, які, окрім задоволення культурних потреб, виконують і

рекреаційні функції. Під час таких подорожей молоді люди отримують можливість відпочити фізично й духовно.

Складовою комплексу психологічної рекреації є мистецькі об'єкти, які мають матеріальну і духовну цінність, приносять задоволення від споглядання, викликають емоції та збагачують духовно. Тому для досягнення максимального рекреаційного ефекту важливим є місце проведення заходу, а основою психологічної рекреації є орієнтація на природний і культурний аспекти середовища, а саме:

– заходи просто неба, які забезпечують безпосередній контакт людини та природи (споглядання і фіксація природних об'єктів: участь в екологічних заходах, художніх пленерах, тематичних фестивалях та артпрактиках);

– заходи в приміщеннях, які спрямовані на задоволення духовних потреб людини (занурення у світ мистецтва: відвідування музеїв, театрів, галерей, участь у тематичних лекціях, вебінарах, майстер-класах, воркшопах) [25, 68].

Культурно-дозвіллєві практики сучасного студентства можуть бути як засобом «розслабитися», так і носити активний характер та бути засобом самореалізації та накопичення соціокультурного капіталу. Значна частина вільного часу може бути відведена активному залученню до соціокультурних повсякденних практик та культурного споживання, таких як додаткова освіта, відвідування театрів, музеїв та концертів, заняття спортом, подорожі та ін. Також можуть сприяти подальшому формуванню соціокультурного капіталу такі культурно-дозвіллєві практики, як професійний саморозвиток та творча діяльність, відвідування тематичних інтернет-ресурсів і бібліотек. Отже, культурно-дозвіллєві практики та ефективне культурне споживання студента припускають активне інвестування у власний соціокультурний капітал та сприяють розширенню можливостей саморозвитку [20, 180–181] (*табл. 2*).

*Таблиця 2*

**Інноваційні культурно-дозвіллєві практики**

| № | Практика | Зміст |
|---|---|---|
| 1 | Інтерактивні виставки | Використання сучасних інтерактивних технологій дає змогу відвідувачам взаємодіяти з експонатами, розуміти їх глибше та цікавіше |
| 2 | Експериментальне навчання | Проведення майстер-класів, лекцій і воркшопів, які використовують сучасні технології, допомагає відвідувачам набути знання і навички в цікавій та зручній формі |
| 3 | Культурні дослідження через додатки | Розробка мобільних застосунків, які допомагають відвідувачам дізнаватись більше про історію, культуру та контекст творів мистецтва, що представлені в центрі |
| 4 | Віртуальні тури та подорожі | Створення віртуальних турів або подорожей у часі та просторі, що дозволяють відвідувачам досліджувати різні епохи та культури |
| 5 | Культурний контент для медіа | Розробка власних цифрових медіапродуктів: подкасти, відеоблоги або онлайн-журнали, які розповідають про культурні події, історію та актуальні теми |
| 6 | Гейміфікація | Використання елементів гейміфікації для залучення відвідувачів, створення ігрових сценаріїв та квестів, що допомагають більше дізнатись про виставку або культурний об'єкт |

*Джерело:* [13, 110].

З початком російсько-української війни, а особливо після повномасштабного вторгнення, значно зросла волонтерська активність молоді. Сьогодні здобувачі волонтерять як у вільний від навчання час, так і в процесі отримання освітніх послуг.

Заклади освіти України стали осередками добровільної, суспільно корисної волонтерської діяльності. Гуртожитки стали прихистком для внутрішньо переміщених осіб з окупованих територій, а здобувачі, викладачі є благодійниками, які активно допомагають вирішити та попередити низку соціальних проблем. Громадяни активно налаштувались на взаємодопомогу, взаємну підтримку, стали максимально активними та щиро вірять у майбутню перемогу. Україна сьогодні на найвищому рівні громадянської активності: українці об'єдналися задля спільної мети. Позитивна мотивація та прагнення бути соціально значимим у нелегкий для держави час стали основними орієнтирами сучасної молоді. Волонтерська допомога військовим у закладі освіти є ключовою умовою формування соціальних та громадянських компетентностей здобувачів, сприяє виробленню навичок і звичок поведінки для ефективної та конструктивної участі в громадському житті [4, 163].

Поняття «волонтер» у перекладі з французької означає «доброволець», отже, волонтерство – це суспільно важлива, безкорислива, добровільна діяльність. Принципом такої діяльності є те, що особистість діє за покликом душі, через потребу реалізувати свою громадську позицію. Саме це сприяє формуванню суспільної свідомості. Також важливим є те, що волонтери прагнуть особисто брати участь у вирішенні певної суспільно важливої проблеми [12, 92].

Волонтерська діяльність змінює мислення людини, збагачує її духовний світ, викликає відчуття задоволення від зробленої доброї справи. Педагогічна діяльність пронизана ідеями допомоги та турботи, ініціативністю і небайдужістю учасників освітнього процесу до проблем іншої людини [18, 242].

На мотивацію людини стати волонтером мають вплив як внутрішні, так і зовнішні чинники. Внутрішні (особистісні) чинники стосуються психологічних особливостей волонтера, його характеру, вподобань, прагнень, інтересів тощо. Зовнішні чинники є двох видів: фактори середовища (сім'я, друзі, колеги) та організаційні (стосуються певної установи, де волонтери провадять діяльність). В умовах війни у здобувачів-волонтерів може актуалізуватись мотивація пошуку внутрішніх, особистісних ресурсів для переживання стресового стану [19, 419].

Особливостями волонтерської діяльності в Україні на сьогодні є такі:

– ініціативність та незалежність діяльності волонтерських структур має високий рівень;

– волонтерські структури як організації громадського суспільства професійно задовольняють певні потреби;

– значна кількість волонтерів є представниками різних професійних сфер діяльності;

– вимушеність волонтерських ініціатив через недостатню ефективність державних інститутів або обмеженість ресурсів держави [12, 92].

Світоглядні засади волонтерства в Україні включають безприбутковість, відкритість, духовність і гуманізм, прозорість та відкритість, безпечність і співпрацю

з державними структурами та військовими. Волонтерський рух в Україні, особливо в умовах війни, є важливим чинником у допомозі постраждалим. Залучення до волонтерської діяльності різних груп населення, а також співпраця з державними та міжнародними структурами є важливими для забезпечення ефективності та успішності волонтерської діяльності [3, 86].

Отже, основу проблеми дозвілля молоді становлять суперечності: між потребою суспільства у формуванні творчої, всебічно розвинутої особистості, яка прагне до максимальної самореалізації, з одного боку, і низьким рівнем культури дозвілля молоді, недостатністю умов для задоволення та розвитку дозвіллєвих потреб – з іншого. Вирішення проблеми дозвілля перебуває на позиціях підвищення рівня культурних потреб самої молоді й організації таких видів дозвіллєвої діяльності, які стимулювали б особистість до всебічного розвитку [28, 252].

## 8.4. Заходи та проєкти кафедри артменеджменту та івент-технологій у системі задоволення культурних потреб здобувачів НАКККіМ

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв має розгалужену організаційну систему культурно-дозвіллєвої та просвітницької діяльності. Структурним підрозділом академії є *Центр виховної та культурно-дозвіллєвої роботи*. Центр є простором для живого спілкування молоді, осередок для розвитку творчих здібностей і можливість проявити себе. Діяльність Центру спрямована на розвиток гармонійної особистості здобувача, формування в студентської молоді сучасного креативного світогляду, розвитку організаційних здібностей і навичок самореалізації особистості, стимулювання прагнення до здорового способу життя, формування моральних ідеалів, естетичних смаків, національної самосвідомості. Основними завданнями та напрямами роботи центру є:

– виявлення талановитих здобувачів, залучення їх до артпроєктів;

– формування творчого мислення та розвитку мистецьких здібностей здобувачів;

– організація та проведення загальноакадемічних заходів, проєктів та конкурсів;

– сприяння використанню продюсерських здібностей у здобувачів;

– організація клубів за інтересами та виступів артгруп просто неба;

– створення належних умов для розвитку талантів серед молоді, удосконалення форм, методів виховної роботи;

– залучення до співпраці професійних митців та аматорів з різних видів мистецтв з метою підвищення мистецької обізнаності і кваліфікації здобувачів, розвитку їх творчих та організаторських здібностей [15].

Центр працює відповідно до річного плану роботи та контролює діяльність структурних підрозділів академії з питань молодіжної політики, виховної та профорієнтаційної роботи. Основні принципи і завдання виховної роботи центр здійснює в таких напрямах: національно-патріотичний, правовий, моральний, екологічний, естетичний, профорієнтаційний, трудовий, фізичного виховання та спорту, формування здорового способу життя. Центр забезпечує умови для

створення в колективі здобувачів сприятливого соціально-психологічного клімату для формування гармонійної освіченої особистості. Діяльність підрозділу спрямована на реалізацію талантів, саморозвиток, самовиховання здобувачів академії через участь в роботі товариств, клубів, гуртків, студій, конкурсів та фестивалів, організованих академією і кафедрами.

У процесі культурно-просвітницької діяльності та національно-патріотичного виховання центр співпрацює з громадськими, молодіжними, культурними та волонтерськими організаціями, культурно-освітніми та мистецькими закладами. У процесі організації культурно-дозвіллєвих практик та забезпечення культурних потреб здобувачів центр координує діяльність Студентської ради та кафедр академії.

Керівництво і відповідальність за результати роботи центру несе директор, який підпорядковується проректору з науково-педагогічної та виховної роботи НАКККіМ. Заступники директорів інститутів з виховної роботи та куратори академічних груп підпорядковуються директорові центру.

Кафедра артменеджменту та івент-технологій здійснює підготовку фахівців за спеціальностями *028 Менеджмент соціокультурної діяльності* та *029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа*. Професорсько-викладацький склад та здобувачі кафедри беруть активну участь в загальноакадемічних культурно-дозвіллєвих, мистецьких та просвітницьких заходах. Куратори академічних груп та викладачі кафедри створюють умови для всебічного розвитку й задоволення культурних потреб здобувачів шляхом організації заходів та реалізації проєктів культурного, мистецького та просвітницького спрямування. Серед яких можна виділити наступні.

### *Бізнес-школа креативних індустрій кафедри артменеджменту та івент-технологій*

Бізнес-школа креативних індустрій (*додаток 1*) – проєкт здобувачів та викладачів кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ, який має просвітницький характер і покликаний популяризувати знання про креативні індустрії та менеджмент культури серед молоді.

*Завдання Бізнес-школи:*

– популяризація знань про культурні та креативні індустрії, менеджмент культури;

– активізація співпраці здобувачів різних інститутів академії;

– реалізація культурно-мистецьких проєктів викладачів та здобувачів НАКККіМ;

– поширення відомостей про спеціальності та освітні програми НАКККіМ;

– профорієнтаційна робота зі вступниками.

Модулі, які визначають напрями діяльності Бізнес-школи, – креативність, інновації, маркетинг, культурні продукти, менеджмент культури, культурні проєкти, освіта, патріотизм, медіаграмотність.

Для роботи Бізнес-школи залучено професорсько-викладацький склад кафедри артменеджменту та івент-технологій і студентів всіх спеціальностей

академії. Створено: групи у Facebook та Instagram, на яких популяризується Бізнес-школа, відбуваються анонси подій, публікуються звіти про їх проведення; YouTube-канал, на якому викладають відеопрезентації Бізнес-школи; група в Telegram створена для координації дій організаторів заходів Бізнес-школи.

### *Творчий конкурс «Моє бачення логотипу Бізнес-школи креативних індустрій»*

Творчий конкурс «Моє бачення логотипу Бізнес-школи креативних індустрій кафедри артменеджменту та івент-технологій» (*додаток 2*) спрямований на підтримку та вдосконалення позитивного іміджу Бізнес-школи креативних індустрій.

*Завдання конкурсу:*

– удосконалення фірмового стилю Бізнес-школи;

– залучення всіх охочих до творчої роботи та ініціативи формування фірмового стилю Бізнес-школи;

– популяризація Бізнес-школи.

Для участі в конкурсі було запропоновано подати електронний варіант або фото паперового варіанта роботи. Вимоги до конкурсної роботи – запропонований учасником логотип мав містити впізнаваний логотип Бізнес-школи, графічні елементи, образи, колірні рішення можуть бути змінені відповідно до задуму автора.

Критерії оцінки в розкритті ідеї та оформленні роботи — оригінальність; креативність; лаконічність; відступ від стереотипів; композиційне втілення; майстерність; якість художнього оформлення.

Найкращі роботи було розміщено на сторінках у соціальних мережах Бізнес-школи креативних індустрій кафедри артменеджменту та івент-технологій. Термін проведення конкурсу – квітень 2023 року.

Переможців конкурсу визначали відповідно до критеріїв на підсумковому засіданні журі 24 квітня 2023 року шляхом закритого обговорення членами журі. Оголошення переможців відбулося 26 квітня 2023 року на сайті НАКККіМ та сторінках у соціальних мережах Бізнес-школи. Нагородження дипломами й подарунками відбулося 29 квітня 2023 року в Мистецькому просторі «Контур» НАКККіМ.

### *Літературний конкурс «Новорічне диво»*

Літературний конкурс «Новорічне диво» (*додаток 3*) покликаний створити відчуття святкового новорічного настрою, поділитися позитивними емоціями, відволіктися від негативних думок. Організаторами конкурсу виступила кафедра артменеджменту та івент-технологій та Наукова бібліотека НАКККіМ. Інформацію про Конкурс було оприлюднено на офіційному вебсайті НАКККіМ та соціальних мережах кафедри й бібліотеки.

*Мета конкурсу* – продемонструвати майстерність створення святкового художнього тексту та виявити розмаїття інтересів здобувачів, викладачів та працівників НАКККіМ.

*Завдання конкурсу:*

– пошук та підтримка літературно обдарованих здобувачів;

– розвиток творчих здібностей здобувачів;

– формування любові до літературного слова, бажання створювати прозові та поетичні твори;

– підвищення літературної обізнаності та культурного рівня;

– сприяння створенню позитивного емоційного середовища здобувачів.

На конкурс подавали прозові та поетичні твори, які є власною і самостійною творчістю учасників. Конкурсна робота мала відповідати вимогам: бути індивідуальною, оригінальною та авторською.

Критерії оцінки в розкритті ідеї та оформленні конкурсного твору: оригінальність творчого задуму; відповідність тематиці конкурсу; формально-змістова єдність конкурсного твору (відповідність художньої форми змісту, цілісність сюжетної будови); вишуканість художньо-мовленнєвого стилю; грамотність конкурсного твору (орфографічна, пунктуаційна); культура оформлення та дизайн конкурсної роботи.

Літературний конкурс «Новорічне диво» відбувався в листопаді-грудні 2023 рокує, переможців було визначено відповідно до критеріїв на підсумковому засіданні журі 4 грудня 2023 року шляхом закритого обговорення. Оголошення переможців відбулося 5 грудня 2023 року на сайті НАКККіМ та сторінках в соціальних мережах кафедри артменеджменту та івент-технологій і наукової бібліотеки. Усі учасники конкурсу отримали дипломи та подарунки. Нагородження переможців відбулося 6 грудня 2023 року в Мистецькому просторі «Контур» НАКККіМ.

### *Проєкт «Усна історія»*

Усна історія – сучасний метод, за допомогою якого набувають нові знання. Завдяки усним повідомленням та свідченням учасників або свідків конкретної події, їхнім індивідуальним переживанням, поглядам, переконанням, що стосуються конкретного історичного періоду чи процесу, збагачуються знання та активізується емпатія здобувачів.

Сьогодні усна історія не є окремою дисципліною, ідеться про дослідницький метод, що використовують для вивчення конкретного історичного феномену, учасники і свідки якого досі живі. Усна історія належить до універсальних методів, які застосовують у різних гуманітарних сферах. Ця інтердисциплінарність є корисною для навчального процесу. За допомогою цього методу здобувачі самостійно та невимушено формують свій погляд на історичні події. Вони усвідомлюють, що поруч з «великою історією» (політична історія) є історія соціальна, тобто життя «звичайних людей» на тлі великих історичних подій. Використання методів усної історії в закладах освіти не пов’язане із суворим дотриманням правил, а більш схильне до проведення біографічних інтерв’ю, які в жодному разі не можуть повністю вичерпати ту чи іншу тему [22].

Для урізноманітнення культурно-дозвіллєвих практик та з метою задоволення культурних потреб здобувачів кафедри артменеджменту та івент-технологій у січні 2024 року було запроваджено проєкт «Усна історія» (*додаток 4*).

*Мета проєкту* – рефлексія над подіями року, що минає, і фіксація думок здобувачів кафедри артменеджменту та івент-технологій щодо навчання та планів на майбутнє.

Здобувачам першого курсу спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» було запропоновано дати відповіді на питання:

1. Хто такий менеджер соціокультурної діяльності?
2. Як пройшов мій перший семестр у НАКККіМ?
3. Що мене очікує через рік?

Відповіді були зафільмовані та змонтовані у відео, презентація якого відбулася 15 січня 2024 року на Facebook-сторінці кафедри. Проєкт має довгостроковий характер, зокрема передбачено, що відео з відповідями на зазначені питання здобувачі будуть фільмувати і здійснювати презентацію результатів проєкту наприкінці кожного року.

## ***Висновки***

Отже, людські потреби варто розглядати у взаємозв'язку із культурним середовищем, у якому існує людина. Такий зв'язок полягає в тому, що середовище впливає на потребу так само, як потреба впливає на середовище. Дослідники розрізняють соціальні та культурні потреби, зазначаючи, що соціальні є вродженими (спілкування, самовираження, самореалізація, дружба, альтруїзм, свобода, схвалення, прагнення до влади), а культурні формуються в результаті впливу культури на людину (освіта, освоєння художніх цінностей, духовний розвиток, творча діяльність).

Культурні потреби, які визначають діяльність людини, її вчинки, пояснюють мотиви, інтереси й цінності, формуються в процесі соціалізації та інкультурації особистості. Головними суб'єктами формування культурних потреб є: родина, засоби масової інформації та заклади культури. Відповідальне ставлення до навколишнього світу, усвідомлення матеріальних і духовних цінностей, активна практично-творча діяльність є джерелом задоволення культурних потреб особистості.

Культурні потреби задовольняють шляхом споживання культурних продуктів, які є результатом діяльності людини і які створюють для людей. На відміну від інших товарів і послуг, які задовольняють потреби в споживанні, культурні продукти підпорядковані динаміці загального культурного розвитку, на який впливають глобальні та локальні процеси. Культурні продукти задовольняють художні, естетичні, патріотичні потреби особистості. Процес пошуку та споживання культурних продуктів є складним і продуманим. Людина докладає значних зусиль для пошуку тих культурних продуктів, які будуть здатні задовольнити її потреби, тому це продукти особливого попиту.

Створення та розповсюдження культурних продуктів в умовах воєнного стану є питанням, яке потребує зважених рішень. Наразі не всі українці мають однаковий доступ до культурних продуктів. Окрім цього, війна загострила національні почуття, тому актуальними стали культурні продукти національного та патріотичного змісту. Поширення таких культурних продуктів має позитивний

вплив на задоволення культурних потреб українців та впливає на формування позитивного іміджу нашої держави у світі.

Культурно-дозвіллєві практики, які залежать від соціально-демографічних особливостей та матеріальних можливостей, є важливою складовою системи задоволення культурних потреб особистості. Для великої частини населення нашої держави певні культурно-дозвіллєві практики є недоступними, що поглиблює соціокультурну диференціацію. Молодь активно долучається до культурно-дозвіллєвих практик та споживання культурних продуктів, які приваблюють своєю нерегламентованістю, можливістю самостійного вибору та поєднанням різних видів діяльності. Водночас необхідно зазначити, що дозвілля молоді доволі часто зводиться до розваг та освітніх практик, що негативно впливає на бажання навчатися, розвивати власні здібності та провадити творчу діяльність.

З початком російсько-української війни, а особливо після повномасштабного вторгнення, значно збільшилася волонтерська активність молоді. Волонтерство збагачує внутрішній світ, змінює мислення, викликає відчуття причетності до загальної справи. На рішення займатися волонтерством впливають внутрішні (психологічні особливості, риси характеру, прагнення, вподобання) і зовнішні фактори (приклад оточення, родинні переконання). Наразі волонтерська діяльність активізує внутрішні особистісні ресурси для подолання стресу і дуже часто стає важливою складовою дозвілля молоді.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв має розгалужену організаційну систему культурно-дозвіллєвої та просвітницької діяльності. Структурним підрозділом академії є Центр виховної та культурно-дозвіллєвої роботи, діяльність якого спрямована на розвиток гармонійної особистості, формування креативного світогляду, розвиток організаційних здібностей і навичок самореалізації, стимулювання прагнення до здорового способу життя, формування моральних ідеалів, естетичних смаків, національної самосвідомості здобувачів академії.

Професорсько-викладацький склад та здобувачі кафедри артменеджменту та івент-технологій беруть активну участь у загальноакадемічних культурно-дозвіллєвих, мистецьких та просвітницьких заходах. Куратори академічних груп та викладачі кафедри створюють умови для всебічного розвитку та задоволення культурних потреб здобувачів, шляхом організації просвітницьких заходів та реалізації культурно-дозвіллєвих проєктів.

***Список використаних джерел***

1. Бабенко Ю. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2013. № 2. С. 74-79.

2. Бендій О. Значення сім'ї та родини у становленні особистості. *Особистість, сім'я і суспільство: питання педагогіки та психології* : збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 22–23 листопада 2019 р.). Львів : ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. Ч. 2. С. 89–92.

3. Блоха Я. Світоглядні засади волонтерства в Україні в умовах війни. *Філософські обрії*. 2023. № 47. С. 80–88.

4. Буряк-Габрись І. Волонтерство здобувачів освіти професійно-технічних навчальних закладів в умовах воєнного стану (з досвіду роботи). *Український педагогічний журнал*. 2023. № 2. С. 162–169.

5. Воронкова В. Г. Маркетинг соціальних послуг : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2008. 575 с.

6. Григорчук Т., Карасьова О., Кузічкіна А. Особливості роботи з культурними продуктами в умовах воєнної кризи. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 10. С. 100–110.

7. Про національний культурний продукт : Закон України. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/jg0ov00a?an=10&ed=2012_12_12 (дата звернення: 25.03.2024).

8. Кичко І. Регулювання духовно-інтелектуальних потреб особистості: тенденції та перспективи. *Інноваційна економіка*. 2013. № 5. С. 156–161.

9. Кременецька В. Ціннісні орієнтації як чинники культурно-дозвіллєвих преференцій молоді в сучасному українському суспільстві. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2011. № 50. С. 387–396. URL: http://soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2011/50/46.pdf (дата звернення: 30.03.2024).

10. Культурний простір України. URL: https://ips.ligazakon.net/document/TM040628 (дата звернення: 23.03.2023).

11. Мельник О. Заклад культури в системі забезпечення культурних потреб людини. *Культура і мистецтво: сучасний вимір* : матеріали ІІ Міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів (Київ, 6–7 грудня 2018 р.). Київ : НАКККіМ, 2018. С. 238–239.

12. Міхеєва О. Актуальність волонтерської діяльності у період війни. *Післявоєнний світ: люди, проблеми, цінності* : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 15 квітня 2022 р.). С. 91–92. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/38236/Pisliavoiennyi%2 0svit.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 30.03.2024).

13. Паламаренко В. Інноваційні послуги культурно-дозвіллєвих центрів як складова адаптації до сучасного інформаційного середовища. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір* : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. (Київ, 02 листопада 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. С. 110–111.

14. Петрова І. Культурно-дозвіллєві практики населення сучасної України: тенденції та пріоритети. *Культура і сучасність*. 2011. № 1. С. 108–113.

15. Положення про Центр виховної та культурно-дозвіллєвої роботи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/Akademiia/Polozhennia_pro_CVtKDR.pdf (дата звернення: 27.03.2023).

16. Потреба. URL: https://vue.gov.ua/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D1%80% D0%B5% D0%B1%D0%B0 (дата звернення: 25.02.2024).

17. Рашидов С. Визначення феномену і поняття «потреба». *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. Сєвєродонецьк, 2015. Вип. 5 (68). С. 106–121.

18. Рибалко Л., Овсюк Д., Карась А. Волонтерство молоді в умовах воєнного стану в Україні. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матер. XX Міжнар. наук.-практ. кнф. (Бухарест, 07 травня 2022 р.). Бухарест, 2022. С. 238–243. URL: https://lib.udau.edu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/36003fe9-afe9-4065-a99a-01598dec4d58/content#page=239 (дата звернення: 27.03.2024).

19. Сидоренко Ж., Яковліва О., Поліщук, К. Мотивація волонтерської діяльності студентської молоді під час війни. *Наукові перспективи*. 2023. № 3 (33). С. 415-427.

20. Терпан В. Соціокультурні практики сучасного університетського студентства. *Вісник Маріупольського державного університету. Філософія, культурологія, соціологія*. 2014. № 7. С. 177–184.

21. Ткачук Ю. Культурно-дозвіллєві практики як соціокультурне явище: концептуальні засади вивчення. *Релігія та соціум*. 2015. № 4. С. 128–133.

22. Усна історія – що це? URL: https://usnaistoriya.info/usna-istorija-shho-ce/ (дата звернення: 27.03.2023).

23. Філіна Т. Культурна політика держави в системі забезпечення культурних потреб людини. *Грааль наукиє* 2021. № 9. С. 444–448.

24. Філіна Т. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. *Питання культурології*. 2019. № 35. С. 78–87.

25. Філіна Т. Психологічна рекреація як складова арттуризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.* 2023. № 1. С. 65–69.

26. Філіна Т. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. *Культура і сучасність*. 2021. №1. С. 228–232.

27. Шевченко Т. Проблеми культурно-дозвіллєвої практики в умовах війни. *Молодий вчений*. 2022. № 7 (107). С. 54–57.

28. Шевчук І. Педагогічна сутність дозвілля та дозвіллєвої діяльності. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2014. № 1. С. 250–260.

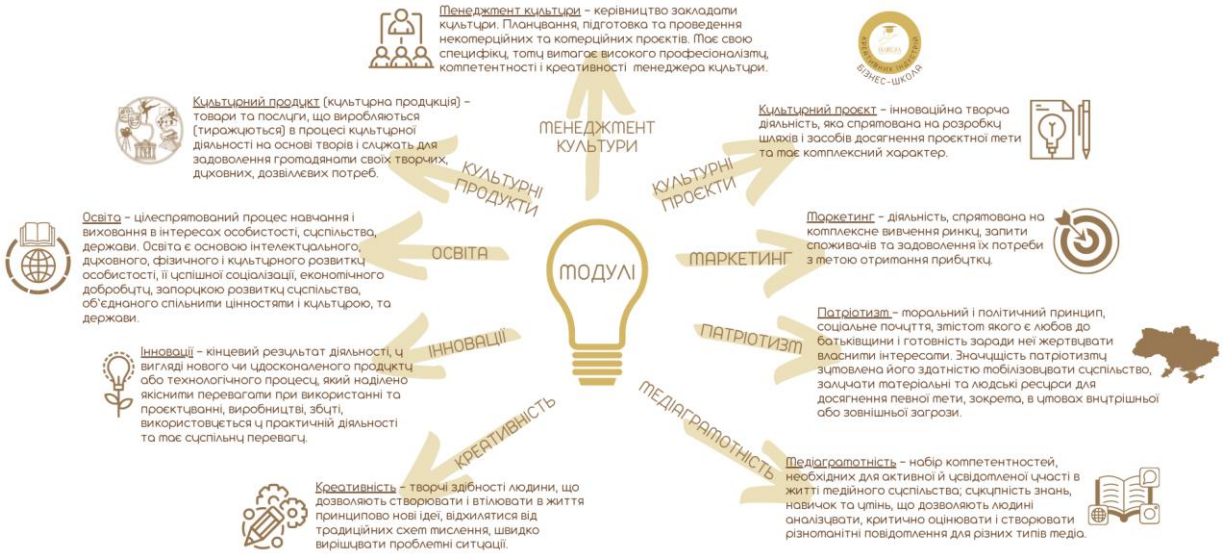
29. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation. URL: https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm (дата звернення: 20.03.2024).

***Цитування розділу 8:*** Філіна Т. В. Організація культурно-дозвіллєвих практик і забезпечення культурних потреб студентської молоді. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 140–165.

# Додатки

## *Додаток 1*

## *Бізнес-школа креативних індустрій Кафедри артменеджменту та івент-технологій НАКККіМ*




Модулі Бізнес-школи креативних індустрій кафедри артменеджменту та івент-технологій

Логотип Бізнес-школи креативних індустрій кафедри артменеджменту та івент-технологій

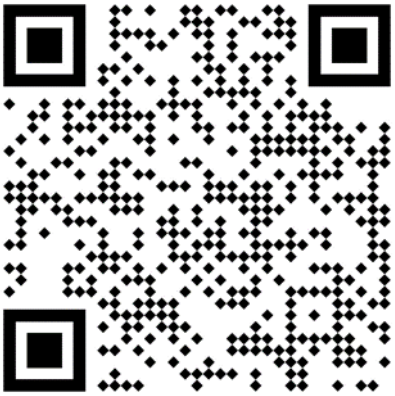
Презентація Бізнес-школи кафедри артменеджменту та івент-технологій,
19 березня 2023 року

Відеопрезентація модулів Бізнес-школи креативних індустрій
кафедри артменеджменту та івент-технологій

***Додаток 2***

***Творчий конкурс «Моє бачення логотипу Бізнес-школи»***

Постер Творчого конкурсу «Моє бачення логотипу Бізнес-школи», квітень 2023 року



Відеопрезентація робіт учасників
Творчого конкурсу «Моє бачення логотипу Бізнес-школи
кафедри артменеджменту та івент-технологій»

*Додаток 3*

*Літературний конкурс «Новорічне диво»*

Постер Літературного конкурсу «Новорічне диво»

Відеопрезентація Літературного конкурсу «Новорічне диво»

Вручення дипломів переможцям Літературного конкурсу «Новорічне диво»,
6 грудня 2023 року

## Додаток 4

***Проєкт «Усна історія»***

Постер проєкту «Усна історія», 2023 рік

Відео проєкту «Усна історія»

# Розділ 9

# АЛГОРИТМИ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ГЕНЕРАЦІЇ ФАХІВЦІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ ЗАСОБАМИ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

## 9.1. Практика як складова навчального процесу в закордонних вищих навчальних закладах

Система вищої освіти в Європі доволі різноманітна, оскільки кожна країна має свої унікальні особливості. Однак існують загальні речі і деякі загальні принципи, що характеризують європейську систему вищої освіти. Роль і значення практики в навчальному процесі за кордоном надзвичайно важливі для формуванні компетентних і професійно підготовлених випускників. Практика відіграє важливу роль у поєднанні теоретичних знань з реальним досвідом, що забезпечує студентам кращу підготовку до майбутньої кар'єри. Наголосимо на деяких аспектах ролі практики в навчальних програмах за кордоном.

По перше, це застосування теорії в практиці. Тобто практика надає студентам можливість застосовувати знання, набуті в аудиторії, на реальній практиці. Цей досвід допомагає студентам краще зрозуміти, як застосовувати концепції і методи у своїй майбутній професійній діяльності. По друге, це розвиток професійних навичок. Студенти набувають практичні навички, які необхідні для успішної роботи у своїй галузі. Це може включати в себе розвиток комунікативних, організаційних, аналітичних й інших ключових навичок. По третє, досвід роботи в реальних умовах. Практика надає студентам можливість ознайомитися з реальними умовами роботи у своїй галузі. Студенти стикаються з реальними проблемами, вирішують завдання і беруть участь у професійних процесах. По-четверте, підготовка до ринку праці. Навчальні програми сформовані так, щоб бути наближеними до потреб ринку праці, і практика допомагає студентам легше вбудуватися в професійне середовище після завершення навчання. Працедавці, як правило, цінують стажування і досвід роботи в резюме випускників. По-п'яте, це мережева взаємодія. Практика надає студентам можливість розширити свою мережу професійних контактів. Спілкування з професіоналами в галузі і колегами може відкрити нові можливості для майбутньої кар'єри. По-шосте, адаптація до різних культурних і професійних контекстів. Закордонні програми практики можуть надати студентам досвід роботи в міжнародному середовищі, що корисно в глобалізованому і багатонаціональному світі. Студенти можуть навчитися адаптуватися до різних культурних і професійних контекстів. По-сьоме, розвиток самостійності і професійної ідентичності. Практика сприяє розвитку самостійності студентів і допомагає їм формувати свою професійну ідентичність. Студенти можуть визначити свої інтереси й уподобання, що важливо для вибору майбутньої професійної траєкторії.

Загалом практика в навчальному процесі за кордоном відіграє ключову роль у формуванні готовності студентів до професійного життя, збагачує їх навчальний досвід і покращує їх конкурентоспроможність на ринку праці.

Проходження здобувачами практичної складової навчального процесу – практики – є невід'ємною та обов'язковою.

Розглянемо основні положення організації, зокрема, педагогічної практики в університетах за кордоном. Згідно з Болонською конвенцією в університетах ***Великої Британії*** навчальний процес для студентів, що здобувають ступінь бакалавра в галузі освіти, триває чотири роки. Загалом педагогічна практика в навчальному процесі триває один рік. Основна частина практики проходить на завершальному етапі навчання. Протягом декількох років навчання практика містить у собі певні аспекти:

1. Ознайомча (вступна) практика. Під час її проходження студенти знайомляться зі специфікою педагогічної діяльності, переконуються в правильності вибору професії. Ознайомча практика проходить на початку навчання – на першому році навчання.

2. Відвідування уроків, які проводять досвідчені педагоги.

3. Самостійне проведення уроків. Педагогічну практику студенти проходять чи в базових школах, які курують вищі навчальні заклади, чи в місцевих школах. Про проходженні студентом практики в базовій школі викладачі вишу складають розклад занять, здійснюють керівництво та спостереження за педагогічною діяльність студента-практиканта, на них же покладається спостереження за здібностями, ефективність студентів під час проходження практики. Наприкінці практики студенти проводять відкриті уроки, на які запрошують викладачів і представників науково-методичного підрозділу вишу. Після закінчення університету кожному випускнику педагогічного вишу Великої Британії призначають стажування за місцем працевлаштування строком на один рік, протягом якого за молодим викладачем спостерігають інспектори міністерства освіти і науки і «роблять висновки про доцільності залучення стажера до педагогічної діяльності» [3].

Як було зазначено, строки проходження практичної підготовки достатньо тривалі. У середньому – 25% від загальної кількості навчального часу (від 18 до 32 тижнів). Є дві основні форми шкільної практики: традиційна (тривала з відривом від занять) і серійна (короткострокова без відриву від занять, вона може тривати пів дня, день, тиждень).

Варто зазначити, що метою педагогічної практики студентів-практикантів в школах Великої Британії вважають поглиблення знань і тренування спеціальних професійних вмінь і навичок. Особливо це чітко відбивається на комунікативній діяльності студентів під час практики, спрямованої на встановлення педагогічної доцільності і гуманістичних стосунків з учнями, колегами і батьками учнів, як-то: вміти налагоджувати стосунки з учнями й педагогами; мати почуття гумору; прагнення працювати в команді; здатність контактувати з дітьми і дорослими; здатність вирішувати складні педагогічні ситуації тощо [1].

Цікавою особливістю освіти у Великій Британії є те, що після закінчення навчання виш зобов'язаний спостерігати за роботою своїх випускників не менше року після випуску. Тобто в англійській системі практичної педагогічної підготовки, як і в переважній більшості країн світу, між вишами та школами налагоджений тісний взаємозв'язок. Практична педагогічна підготовка фахівців є основним напрямом професійно-педагогічної освіти.

Розглянемо ***американську систему*** педагогічної практики майбутнього фахівця. Педагогічна практика вважають найбільш відповідальним етапом професійної підготовки майбутнього викладача. У багатьох університетах США педагогічна практика зосереджена на останньому році навчання і проводиться протягом усього навчального року. Вона має дві форми: студенти є постійними співробітниками закладів освіти й отримують 1/3 заробітної плати вчителя початківця (ведуть один-два класи, беруть участь у конференціях, консультуються з досвідченими педагогами, щодня їм надають одну годину на підготовку до занять); студенти працюють під керівництвом старшого учителя без оплати, можуть інколи проводити заняття замість нього. В останні роки в деяких університетах намітилась тенденція проводити практику протягом усіх років навчання [21].

***Зміст і форми проведення практики*** надзвичайно різноманітні. Так, тільки за місцем проведення педагогічна практика вже поділяється на такі типи за видом школи: базові школи-лабораторії при навчальних закладах; школи-лабораторії, розташовані поза навчальними закладами; місцеві школи; школи, віддалені від навчальних закладів; особливі центри педагогічної практики.

Велику увагу приділяють циклу спостереження як початковому етапу практики. Для його проведення розроблені численні схеми аналізу викладання, які дають змогу студентам оцінити діяльність педагога в класі. Наприклад, приєднання класів до замкнутих систем телебачення дає можливість спостерігати за заняттям, не заважаючи його природному ходу.

Одна із переваг використання замкнутих систем телебачення – спостереження і одночасне обговорення заняття. Окрім того, заняття можуть записувати як відео для подальшого перегляду і розбору.

В американській системі педагогічної освіти відповідальність за організацію і проведення практичної підготовки студентів покладена на школи і шкільних викладачів, що посилює координацію між школами й закладами вищої освіти. При цьому роботі зі шкільними викладачами, що курують педагогічну практику студентів, приділяють велику увагу. Їм надають методичну допомогу, забезпечують спеціальною платнею за керівництво студентами. У багатьох штатах існує система навчання цих викладачів у вигляді спеціальних семінарів, майстерень тощо.

Отже, педагогічна практика студентів в США є одним із найбільш сильних аспектів професійної підготовки майбутнього педагога. На практику відводиться багато часу, її ретельно готують, планують послідовність її етапів тощо.

Окрім того, у деяких штатах США пропонують альтернативні навчальні програми для осіб, що не мають спеціальної педагогічної підготовки, але мають бажання працювати в закладах освіти. Альтернативні програми передбачають одно- чи дворічну роботу в школі під керівництвом досвідчених педагогів і курс навчання педагогічній майстерності.

Доволі гнучкою є структура підготовки фахівців у ***Німеччині***. Більш детально розглянемо особливості підготовки учителів, складову практичної підготовки, що залежить від типів шків, де фахівці планують працювати в майбутньому і після закінчення університету вони можуть отримати різні вчительські посади:

- посада вчителя першого ступеня (вчитель початкової школи);

- посада вчителя другого ступеня (вчитель певних класів базової, реальної школи, гімназії та об'єднаної школи);
- посада вчителя другого ступеня (вчитель старших класів гімназії і об'єднаної школи) [21].

Варто зазначити, що студенти повинні вже на початковій стадії визначитися не тільки з вибором шкільного ступеня, а й з профільними дисциплінами, які вони збираються викладати. Різні виші пропонують різні комбінації предметів. Педагоги в німецьких школах, як правило, викладають декілька дисциплін, часто далекі за змістом один від одного.

Професійно-педагогічна підготовка здійснюється переважно у два етапи. Перший етап – це теоретична підготовка у вищому навчальному закладі. Навчання на цьому першому етапі станоить чотири навчальних блоки. Це: спеціальні дисципліни, методика викладання спеціальних дисциплін; загальні педагогічні дисципліни. Четвертий блок – практика.

Під час навчання у виші студенти проходять практику, яка орієнтує студентів на роботу в закладах освіти, а також допомагає їм набути практичний досвід та оцінити «особисту придатність» до майбутньої професії. Практика, тобто заняття в школах, тісно пов'язані з навчальними заняттями з педагогіки чи методики.

Є такі види практик: орієнтовна, виробнича, шкільна і методична.

Метою орієнтовної практики є знайомство з учнями, з педагогічною роботою в навчальних закладах. У змісті підготовки викладачів для актуалізації професійної орієнтації до початку навчання передбачена восьмитижнева виробнича практика на різних підприємствах та організаціях. Метою цієї практики є знайомство з одним із професійних видів діяльності, не пов'язаних з педагогічною роботою. Проводження цих практик до початку навчання дає майбутньому студентові уявлення про свою професійну діяльність й інші непедагогічні професії. Абітурієнт, який прагне здобути педагогічну освіту, має можливість визначити вимоги до своєї майбутньої професії, а також переконатися в правильності вибору професії на початку навчання.

Мета шкільної практики – знайомство з діяльністю вчителя з погляду педагогіки, дидактики. У межах методичної практики студент без відриву від навчання відвідує школу один раз на тиждень – Tadespraktika – передбачає, що підготовка уроків і подальше їх обговорення проходять на заняттях з педагогіки і методики, а відвідування уроків – протягом семестру (паралельно із заняттями чи зразу після їх закінчення). Blockpraktika – практика тривалістю три-чотири тижні, у ході якої підготовка уроків і подальше їх обговорення також проходять на заняттях з педагогіки чи методики, але відвідування уроків проводять у період, вільний від занять.

Наприкінці навчання в університеті студенти складають перший державний екзамен (Erstes Staatsexamen).

Другий етап навчання – референдаріат (Referendariat). Навчання в референдаріаті в різних федеральних землях змістовно диференційовано. Кожний претендент на посаду зобов'язаний протягом 18–24 місяців (залежно від Законів земель, але не менше півтора року) на базі державного семінару підтвердити свої індивідуальні професійні навички.

Центральне місце в професійній педагогічній підготовці займає відвідування уроків, проведення пробних уроків і самостійне викладання.

Система підготовки педагогічних кадрів у Німеччині передбачає, що студенти два дні на тиждень навчаються в університеті і три дні працюють у школі. Вчитель-стажер зобов'язаний засвоїти програму 30 навчальних семінарів, поділених на 12 навчальних модулів. Робота в навчальних закладах здійснюється під керівництвом викладачів-методистів, вчителів, які мають відповідну кваліфікацію. За час референдаріату студент повинен провести 16 показових уроків. Окрім того, передбачено проведення ще 12 уроків, з яких шість – з допомогою викладача-методиста, а наступні шість уроків – самостійно. Очевидна ґрунтовна практична підготовка майбутнього фахівця ще до отримання ним відповідної кваліфікації.

Студенти самостійно проводять заняття і батьківські збори, розробляють власні методичні рекомендації викладання тих чи інших тематичних блоків і збирають перший досвід класного й позакласного спілкування з учнями. Студента-стажера, що виконав вказану програму, допускають до складання другого державного екзамену (Zweites Staatsexamen), за результатами якого вирішують питання про присвоєння йому кваліфікації вчителя. Другий державний екзамен складає, окрім домашньої письмової роботи й колоквіуму, ще з екзамену з практики викладання кожного предмету.

У домашній письмовій роботі студент повинен системно розглянути будь-яку тему зі своєї педагогічної практики й довести здатність розробляти відповідні дидактико-методичні концепції, застосовувати їх у навчальному закладі. Тема повинна відображати функції педагога (викладання, виховання, консультування і оцінка) і бути пов'язаною з власним досвідом викладання. Для написання роботи дають чотири тижні: обсяг не повинен перевищувати 30 сторінок. Як рецензента референдар вибирає керівника базового семінару чи керівника з предмету.

З кожного предмету обов'язковим є складання екзамену з практики викладання. Перед початком екзамену референдар надає короткий письмовий план навчального заходу із зазначенням його основних дидактичних моментів, цілей (2–3 сторінки). Після проведення контрольного уроку має місце 30-хвилинна бесіда щодо його планування, проведення і результату.

Загальний результат другого державного екзамену розраховують за результатами «тривалої» оцінки (25% становить оцінка керівництва школи, 8,33% – керівника базового семінару, 8,33% – керівника з першого й другого предмету) і за результатом екзамену в балах (два екзамени з практики викладання відповідно становлять по 10%, домашня письмова робота – 10%, колоквіум – 20%). Екзамен вважають нескладеним, якщо загальний результат на рівні нижче від середнього [21].

Все більшого поширення в практичній психолого-педагогічній підготовці Німеччини отримують комунікативні тренінги. З метою набуття студентами навичок ведення бесіди в навчальні заняття вводять спеціальні вправи для формування вміння сприймати інформацію, оптимальної організації власних мовних висловлювань, подолання агресивного ходу розмови.

Цікавий алгоритм неперервної педагогічної практики студентів розроблений у ***Канаді***. У багатьох випадках він не традиційний. Особливістю організації педагогічної практики Канади є те, що для кожного практиканта визначають індивідуальну програму проходження практики. Окрім того, як і в багатьох розвинутих країнах, основними тенденціями канадської системи освіти є поступове збільшення тривалості педагогічної практики, що полегшує процес адаптації студентів до реальності шкільного життя, а також перенесення відповідальності за педагогічну практику не тільки на методистів вишів, а й на досвідчених шкільних педагогів. Окрім того, керівництво педагогічною практикою студентів є престижним професійним обов'язком шкільних вчителів, за це вони не отримують додаткової платні.

Отже, з наведеного матеріалу видно, що педагогічна практика є обов'язковою частиною навчального процесу у вищих навчальних закладах за кордоном. Характерною особливістю організації проходження практики студентами є складання державного екзамену по її закінченні, який необхідний при продовженні подальшої педагогічної діяльності. У процесі практики студент вивчає освітній процес «із середини», використовуючи отриману інформацію під час теоретичного навчання в стінах коледжу чи університету. Практика містить у собі спостереження під час навчального процесу, проведення самостійних занять, побудову комунікації з учнями, спостереження за взаємодіями педагогів та учнів на заняттях і в межах освітнього процесу. Практика загалом займає академічний рік (іноді два) всього навчального процесу при здобутті студентом ступеня бакалавра.

Зупинимося більш детально на особливостях проходження практики в польських вищих навчальних закладах.

Студенти в ***польських університетах***, повинні щорічно проходити практику, щоб закріпити набуті знання. Проходження практики є обов'язковим процесом. Якщо студент його проігнорував, він не зможе захистити диплом.

Практика є невід'ємною частиною навчального плану й навчального процесу університету. Її мета – вивчити специфіку роботи в різних закладах та організаціях, пов'язаних з напрямом навчання студента.

Як правило, у Польщі студенти самостійно шукають бази практики. Це можуть бути різні фірми, заклади, підприємства тощо.

В кожному університеті є своє бюро кар'єр. Саме туди звертаються студенти, які мають намір пройти практику. Зазвичай це бюро співпрацює з багатьма працедавцями, тому там можуть безпосередньо направити на практику чи дати пораду. Володіючи необхідними знаннями, студент може сам написати листа працедавцеві й домовитися щодо проходження практики.

Студенти можуть самостійно шукати місце практики. Інколи компанії пропонують практикантові оплату у вигляді мінімальної заробітної плати. Під час пошуку місця для практики потрібно брати до уваги, що практика повинна відповідати спеціальності, яку студент здобуває у вищому навчальному закладі.

Практику студенти проходять як під час навчання, так і під час канікул. Як правило, студенти ходять на практику декілька разів на тиждень і допомагають роботодавцеві в його справі, виконують його доручення. У середньому практика

триває 160 годин (4 тижні). Ці чотири тижні можна розтягнути на три місяці. Беруть до уваги, що студентам важко поєднувати практику з навчанням [11].

Варто зазначити, що кожний університет може встановлювати свої правила тривалості практик. Наприклад, на різних факультетах може бути різна кількість необхідних годин. Тривалість практики прописують в умовах з вищим навчальним закладом.

Під час проходження практики студент має свого керівника, який за нього відповідає, а потім підписує всі необхідні документи.

Деякі університети надають студенту щоденник практики. Його заповнює керівник практики, фіксує, що саме робив і які знання і навички набув практикант.

Практики можуть оплачувати чи не оплачувати. Для того щоб отримувати гроші за практику, потрібно звертатись у бюро карєр. Часто університети мають підписані договори з працедавцями, які готові сплачувати гроші практикантам. Оплачувані практики тривають до шести місяців, і студент отримує гроші після її завершення.

Якщо студент працює, то місце його роботи може бути зараховане як база практики за умови, що ця робота пов'язана зі спеціальністю, яку вивчає студент. І ці питання узгоджують як з університетом, так і з працедавцем.

У державних вишах існує підвищений контроль щодо документації і печаток, які студент надає після проходження практики. Співробітники університету можуть зателефонувати працедавцеві та пересвідчитись у реальності наданих документів з відгуків про практиканта. Приватні виші в цьому сенсі лояльні.

Є два способи зарахування практики. Практику можна пройти на підставі університетського договору (skierowanie na praktyki). Якщо студент працює за фахом, то роботу можна оформити як практику (зокрема якщо студент має власну справу). Проте потрібно мати відповідний сертифікат, виданий працедавцем (чи декларацію, у випадку введення власної справи).

Студент зобов'язаний надати документи керівникові практики, які підтверджують її проходження (протоколи, сертифікати, інша документація, прописана навчальним закладом). Для прикладу: skierowanie na praktyki; porozumienie w sprawie praktyk; sprawozdanie z praktyki; zaswiadczenie z Zakladu o odbytej praktyce; oswiadczenie studenta o odbytej praktyce [11].

Проходження практики є обов'язковим і важливим з декількох причин.

По перше, без проходження практики студента не допускають до захисту диплома. По-друге, це гарний шанс не тільки навчитись чомусь новому, але завести потрібні знайомства чи навіть знайти роботу.

Після проходження практики обов'язково студенти записують її у свої CV (резюме). Це є певним сигналом для потенційних працедавців про те, що студент доклав максимум зусиль, щоб підвищити свій професіоналізм.

## 9.2. Практика як провідний компонент у становленні майбутніх фахівців у сфері культури і мистецтв (на прикладі спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності НАКККіМ)

Практика є важливою і обов'язковою частиною навчального процесу будь-якого закладу вищої освіти. Не є винятком і виші, що готують фахівців для галузі культури. Зупинимося на деяких аспектах, що підкреслюють важливість практики для студентів цієї галузі діяльності. Насамперед це набуття професійного досвіду. Практика надає студентам можливість сформувати реальний досвід роботи у сфері культури і мистецтва, що є цінним для майбутньої кар'єри. Студенти формують уявлення про те, як функціонують культурні заклади, як організовують заходи і як провадять професійну діяльність у цій сфері. Під час проходження практики в студентів розвиваються професійні навички. Практичне навчання дає змогу студентам розвивати ключові навички, такі як організація заходів, керування проєктами, комунікація, творче мислення й інші компетенції, необхідні для успішної роботи за фахам. Практика допомагає вибудувати мережу професійних контактів. Під час проходження практики студенти вступають у контакт з професіоналами й експертами в галузі культури і мистецтв. Це створює можливості для майбутнього співробітництва й підтримки з боку досвідчених фахівців. Практика сприяє ознайомленню з реальними вимогами ринку праці. Тобто вона надає студентам уявлення щодо реальних вимог та очікувань ринку праці в культурно-мистецькій сфері. Це дозволяє їм краще підготуватися до тих викликів, з якими вони стикнуться у своїй майбутній професійній діяльності. Практика, беззаперечно, сприяє особистісному розвитку студентів, допомагає їм сформувати відповідальність, впевненість в собі, адаптивність й інші якості, необхідні для вибудовування успішної кар'єри. Можливість провести час на практиці дозволяє студентам переконатися, настільки відповідають їх професійні інтереси й очікування реальній роботі в цій сфері. Студенти, які успішно пройшли практику, мають перевагу при пошуку роботи після завершення навчання. Досвід роботи і практичні навички роблять їх більш конкурентоспроможними на ринку праці. Кожна сфера в культурі і мистецтвах має свої особливості. Практика дозволяє студентам більш глибоко зрозуміти специфічні вимогм своєї майбутньої професійної діяльності й підготуватися до них.

Загалом практика у вишах культури і мистецтв є важливим елементом навчального процесу, що забезпечує перехід від теоретичних знань до реального досвіду і готує студентів до успішної кар'єри в цій сфері (*додаток 1*).

Організація і проведення практики у вищих навчальних закладах здійснюється відповідно до законодавчих і нормативних документів. Так, у статті 51 Закону України «Про вищу освіту» зазначено: «Практична підготовка осіб, які навчаються у закладах вищої освіти, здійснюється шляхом проходження ними практики на підприємствах, в установах та організаціях згідно з укладеними закладами вищої освіти договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку. Керівники підприємств, установ та організацій зобов'язані забезпечити створення належних умов для проходження практики на виробництві, дотримання правил і норм охорони праці, техніки безпеки» [4].

У цьому законі наголошено на праві безоплатного проходження практики студентами на базах практики.

Відповідним наказом Міністерства освіти і науки України затверджено Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України, його дія поширюється на всі, без винятку, навчальні заклади незалежно від їх підпорядкованості чи форми власності закладу. У документі підкреслено, що практика є обов'язковою і невід'ємною складовою загального процесу підготовки фахівців і проводиться належним чином на оснащених базах навчальних закладів, а також на сучасних в різних організаціях, закладах, в тому числі культури.

У Положенні закладено уніфікований базовий варіант процесу організації, проведення і підбиття підсумків практик для всіх типів вітчизняних вишів. Зазначено, що метою практики є: «оволодіння студентами сучасними методами, формами організації та знаряддями праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них, на базі набутих у вищому навчальному закладі знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності» [6]. Дається орієнтовний перелік практик, при цьому зазначено, що залежно від спеціальності та спеціалізації студентів виші самостійно визначають види практики, строки проведення, тривалість. Наголошено на доцільності запровадження практик у навчальний процес в логічній послідовності і дотримання принципу неперервності.

Якість проходження практичної підготовки студентів значною мірою залежить від баз практик, тому питанням підбору організацій, підприємств, закладів, з якими навчальний заклад укладає угоди щодо проходження здобувачами вищої освіти практичної підготовки, у Положенні приділено належну увагу. З визначеними базами практики виші завчасно укладають угоди щодо їх проведення. Для зручності пропонують типову форму такої угоди. Водночас зазначено, що студенти з дозволу відповідних вишівських структур, як, наприклад, кафедра, можуть самостійно підбирати місце проходження практики.

Вибудована чітка й послідовна вертикаль керівництва з організації практики. Зокрема, у Рекомендації про проведення практичної підготовки студентів вищих навчальних закладів України зазначено, що відповідальність за загальну підготовку, проведення, а також контроль практики покладена на керівництво вишу. Навчально-методичне керівництво та виконання програм практик забезпечують відповідні кафедри. Загальну організацію практики і контроль за її проведенням у вишах еквівалентного рівня здійснює керівник практики, який, як правило, підпорядкований проректорові з навчальної роботи.

На рівні факультетів відповідальним за організацію практичної підготовки студентів є декан факультету. Чітко виписані функціональні обов'язки цих посадовців щодо організації практики [12].

Кафедри забезпечують навчально-методичний супровід. Зокрема, один раз на три роки розробляють програми практик; розподіляють студентів за базами практики, складають відповідні списки, які подають для затвердження керівництву закладу; за участі керівників практики проводять збори студентів щодо

обговорення питань проходження практики; здійснюють контроль за проходженням практики; інформують практикантів про затверджену систему звітності й обов'язковість надання пакету документів після проходження практики; на засідання кафедри підбивають підсумки, аналізують рівень виконання програм практики; готують звіти щодо проходження практики, подають їх до визначеного кола керівників і структурних підрозділів [12].

Зафіксовано послідовність дій та обов'язки керівників практики від вишу: перед початком практики вони мають здійснити перевірку підготовленості баз практики; провести зі студентами інструктаж щодо порядку проходження практики, з техніки безпеки, надати практикантам необхідні документи: програми практики, щоденників, методичних рекомендацій, індивідуальні завдання тощо; інформувати практикантів щодо системи звітності з практики: письмовий звіт, щоденник, виступ на конференції тощо; тісно співпрацювати з керівниками практики від баз практики для забезпечення високої якості її проходження відповідно до програми практики; контролювати забезпечення нормальних умов праці і побуту практикантів, в обов'язковому порядку проведення інструктажів зі студентами з охорони праці і техніці безпеки. Керівники практики від навчального закладу є членами комісії і приймають заліки з практики; за результатами проходження практики готують письмовий звіт із зауваженнями і пропозиціями щодо покращення практики студентів. Окремим пунктом у Положенні виділено, що «бази практик в особі їх перших керівників разом з вищими навчальними закладами несуть відповідальність за організацію, якість і результати практики студентів» [6].

Аналіз нормативної бази щодо організації практики здобувачів вищої освіти свідчить, що відповідальність за якісну підготовку покладається на дві сторони: як на виші, так і на бази практики. Керівники баз практики орієнтується на програму практики, відповідно до неї розробляють графіки роботи, ознайомлення студентів з особливостями роботи структурних підрозділів, планування і розподіл певних завдань, надають доступ практикантам до певної документації, літератури; контролюють дотримання студентами правил внутрішнього розпорядку закладу; створюють умови для засвоєння передових технологій, сучасної техніки, новітніх методів організації праці.

Підвищена увага приділяється питанням безпеки здобувачів вищої освіти, як під час навчання, так і в період набуття практичної підготовки, що зафіксовано в низці нормативних документів. Так, на виконання відповідних Законів України, урядових розпоряджень з метою створити максимально безпечні умови праці і навчання затверджено Положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці, безпеки життєдіяльності у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв [9]. Окремий розділ документа стосується безпосередньо здобувачів Академії. У ньому детально прописано поетапність проведення наступних інструктажів з безпеки життєдіяльності: вступного, повторного, позапланового, цільового. До кожного інструктажу розробляють тематику й порядок його проведення. Проходження кожного інструктажу фіксують у журналі обліку. З огляду на важливість питання, у навчальному закладі затверджена спеціальна інструкція, у якій визначені вимоги щодо охорони праці

для студентів, які проходять практику [5]. У документі наголошено, що здобувачі проходять практику в тих закладах, установах, організаціях, які повністю відповідають правовим і нормативним вимогам щодо охорони праці. В інструкції детально прописано проходження етапів вимоги безпеки. Перший етап – це вимоги безпеки перед початком практики; до початку практики, при прибутті на базу практики, перед початком роботи. Другий етап – вимоги безпеки під час проходження практики, містить чіткі інструкції щодо обов'язків і заборон здобувачам-практикантам. Наступний етап – вимоги безпеки після закінчення роботи. Також окреслені варіанти виникнення аварійної ситуації та алгоритм дій практикантів при виникненні нестандартних ситуацій.

Безпосереднє керівництво практикою від вищого навчального закладу покладається на досвідчених викладачів кафедр, стаж науково-педагогічної роботи яких має бути не менше ніж трьох років. Вони, зокрема, розробляють тематику індивідуальних завдань з практики; узгоджують з керівником практики від організації, установи індивідуальні завдання з урахуванням особливостей місця практики; беруть участь у розподілі студентів за місцями практики; відслідковують своєчасне прибуття студентів до місць практики; здійснюють контроль за виконанням програми практики та строками її проведення; надають методичну допомогу студентам під час виконання ними індивідуальних завдань і збору матеріалів до випускної роботи; проводять обов'язкові консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання для звіту про практику, а також у випускній роботі; інформують студентів про порядок надання звітів про практику; приймають захист звітів студентів про практику у складі комісії, на підставі чого оцінюють результати практики студентів, атестують їх і виставляють оцінки в залікові книжки; здають звіти студентів про практику на кафедру [6].

Відповідно до Положення, в Академії вибудована вертикаль щодо організації і проведення практик. Відповідальними особами за організацію, проведення і контроль практики є директори інститутів, завідувач практики від Академії, завідувачі випускових кафедр, науково-педагогічні працівники, які призначені керівниками практики від кафедр.

Чітко окреслені обов'язки, які покладають на студентів. Зокрема, вони мають своєчасно, до початку практики отримати від керівника практики вишу консультації щодо підготовки й оформлення пакету документів; без запізнень прибути на базу практики; у повному обсязі виконати всі передбачені програмою завдання; ознайомитися і чітко дотримуватись техніки безпеки, правил охорони праці; нести відповідальність за виконану роботу; вчасно скласти залік з практики. Зазначено, що в разі невиконання програми практики без поважної причини студентові надають можливість пройти практику повторно. При отриманні негативної оцінки з практики студента відраховують з вишу [6].

Загальні питання щодо процесу організації і проведення всіх видів практики для здобувачів Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв визначені в спеціальному положенні вишу [10]. У зазначеному документі, у підпункті 11 першого розділу визначені названі види практики та їх завдання: «Навчальна практика передбачає формування компетентностей здобувачів вищої освіти шляхом ознайомлення їх зі специфікою майбутнього фаху, формування

первинних професійних умінь і навичок із загально професійних та фахових дисциплін і може проводитися в навчальних кабінетах і лабораторіях в установах та організаціях галузі культури та мистецтв; на базі навчально виробничих майстерень, навчально-дослідних установ, творчих колективів, навчально-практичних центрів, організацій, підприємств та установ відповідного профілю; виробнича практика спрямована на закріплення та поглиблення теоретичних знань отриманих здобувачами вищої освіти в процесі вивчення певного циклу теоретичних дисциплін, набуття та відпрацювання фахових компетентностей на посадах відповідно до майбутньої кваліфікації, збір фактичного матеріалу для виконання курсових робіт/проєктів; переддипломна практика є завершальним етапом навчання на певному освітньому рівні, передує виконанню здобувачами вищої освіти кваліфікаційних робіт і передбачає узагальнення й удосконалення здобутих знань, практичних умінь і навичок, оволодіння професійним досвідом із метою підготовки здобувачів вищої освіти до самостійної трудової діяльності, збору й опрацювання матеріалів для завершення випускної кваліфікаційної роботи та оформлення її результатів» [10].

Зміст, послідовність проходження практики зафіксовано в наскрізній програмі практики, яку розробляє кафедра на основі навчального плану спеціальності, затверджує Рада якості освіти Академії. Наскрізна практика – це основний навчально-методичний документ практики. На основі наскрізної практики готують робочі програми відповідних видів практики.

Здобувачі вищої освіти спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» в НАКККіМ відповідно до наскрізної програми проходять чотири форми практики. На першому курсі навчання, у першому семестрі протягом двох тижнів без відриву від навчання відбувається навчальна практика [7].

Метою практики, як зазначено в робочій навчальній програмі є: «ознайомлення здобувача з майбутньою професійною діяльністю, розвиток його творчих здібностей, здатності ділового спілкування, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень, виховання особистості для систематичного поповнення знань та творчого їх застосування у практичній діяльності» [13]. Для досягнення поставленої мети сформульовані відповідні завдання: закріплення та поглиблення теоретичних знань здобувача; формування розуміння сучасних вимог щодо менеджерів соціокультурної діяльності; ознайомлення з особливостями організації, з інформаційним забезпеченням навчального процесу Академії; підвищення культурного рівня менеджера індустрії дозвілля тощо.

Програма навчальної практики поділяється на три частини: організація проходження практики; організація планових та індивідуальних завдань практики і підготовка звітної документації щодо проходження практики. Базою навчальної практики визначено Академію, відповідно здобувачі насамперед знайомляться зі структурою закладу, з нормативно-законодавчою документацією щодо функціонування НАКККіМ, вивчають документацію звітного, планового, методичного характеру випускової кафедри; з’ясовують порядок виконання індивідуальних завдань. Щодо другої змістової частини практики, то студенти знайомляться з навчально-методичною літературою, що стосується змісту підготовки обраної спеціальності. Керівник практики знайомить здобувачів зі структурою

Наукової бібліотеки Академії, інших бібліотечних установ, інформаційними можливостями фондів бібліотек, довідкового апарату з погляду підготовки спеціалістів з менеджменту сфери культури. Студенти вивчають сайти чи відвідують потужні бібліотеки, як-от: Національну історичну бібліотеку України, Національну бібліотеку України ім. Ярослава Мудрого, Центральну наукову бібліотеку ім. В. Вернадського. Практиканти ґрунтовно знайомляться із функціонуванням, культурно-просвітницьким потенціалом Центральних державних архівів України: історичного, архіву-музею літератури і мистецтва тощо. На матеріалах сайтів, віртуальних екскурсій здобувачі вивчають історію, експозиції, структуру музейних установ історико-культурного та культурно-мистецького профілю. Практикантам роз'яснюють важливість застосування в міжнародних відносинах такого інструменту як «м'яка сила»; вони знайомляться з діяльністю інституцій культурної дипломатії, переконуються у важливості своєї майбутньої спеціальності - менеджменту соціокультурної діяльності в обстоюванні національних інтересів. Здобувачі знайомляться з механізмами поширення національного соціокультурного продукту за кордоном в контексті підтримки зовнішньополітичного курсу країни. Практиканти вивчають нормативно-правову базу, сайт державних установ, як «Український інститут», діяльність громадських об'єднань тощо. Акцент робиться на усвідомлення практикантами важливості забезпечення інформаційно-культурної безпеки країни. Студенти знайомляться з організаційними і правовими основами для створення такої безпеки: заглиблюються в зміст певних статей Конституції України, відповідних законів України, концептуальні документи, які окреслюють механізми захисту інформаційно-культурної безпеки країни; розглядають діяльність державних установ, що діють в напрямі захисту інформаційної безпеки, акцентується увага на науково-педагогічній діяльності Академії, в окресленій царині.

Кожний студент отримує від керівника практики індивідуальні завдання, які він виконує протягом зазначеного терміну і здобутки оформлює у звіті, який представляє і захищає під час звітної конференції, за що отримує відповідну оцінку.

У результаті навчальної практики здобувачі мають набути такі загальні компетентності, як: «здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; здатність планувати та управляти часом; знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово; навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел; здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. Спеціальні компетентності: здатність критично усвідомлювати взаємозв'язок між культурними, соціальними та економічними процесами; здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, технологічні аспекти формування ринку культури; здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку; здатність діяти соціально

відповідально; здатність застосовувати у професійній діяльності світові теорії і концепції з креативного мислення, планування, управління» [13].

Виробнича практика здобувачів вищої освіти спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» в Академії поділяється на творчо-виробничу, проєктну й організаційно-управлінську, вони проходять з відривом від навчання, точкою контролю є складання заліку.

Зупинимося більш детально на кожному із перерахованих видів практик.

Відповідно до навчального плану спеціальності творчо-виробнича практика проходить на другому курсі, триває два тижні і становить 90 годин. Здобувачі вищої освіти мають можливість проходити практику у відомих і потужних закладах культурно-мистецької галузі, як-от: Управління культури Київської державної адміністрації, Всеукраїнське об'єднання «Ліга діячів культури України», Державне підприємство Національний центр ділового та культурного співробітництва «Український Дім», ТОВ «Центр Української Культури та Мистецтва», Центр технічної і художньо-естетичної творчості для дітей та юнацтва «Зміна» міста Києва, Київський міський центр соціальної, професійної та трудової реабілітації інвалідів та ін. Між Академією і переліченими закладами укладають відповідні угоди щодо проходження практики студентами [2]. Базами практики можуть бути заклади, які пропонують самі студенти і за погодженням з адміністрацією навчального закладу коло установ, де набувають практичних знань і навичок значно розширюється.

Завдання цього виду практики є доволі широкі: студенти мають сформувати чітке уявлення щодо структури управління та особливостей функціонування закладів культури та мистецтва; ознайомитись із досвідом роботи керівників творчих колективів, викладачів фахових дисциплін, організаторів позашкільних закладів; проаналізувати етапи підготовки культурно-масових заходів, які проводять бази практики; долучатись до підготовки масових заходів, що організовують заклади, у яких набувають практичного досвіду здобувачі; ознайомитися з новими технологіями та методиками щодо покращення ефективності заходів бази практики; сформувати навички розробки планів, сценаріїв проведення заходів культурно-мистецького характеру тощо.

У результаті проходження творчої виробничої практики в здобувачів формуються спеціальні компетентності: «здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність планувати та управляти часом; здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність працювати в команді; оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: здатність аналізувати та структурувати організаційні, управлінські проблеми та знаходити конструктивні рішення; здатність планувати, управляти та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень; здатність розробляти соціокультурні проекти та забезпечувати їх операційну реалізацію; здатність створювати соціокультурні послуги» [20].

На третьому році навчання здобувачі проходять виробничу проєктну практику, яка триває чотири тижні, і, відповідно до освітньої програми, на неї відводиться 180 годин.

Проходження проєктної практики передбачає поетапне послідовне виконання студентами плану роботи. Проєктна виробнича практика складається із шести змістових модулів. Перший етап – традиційний – обговорення організаційних моментів проходження навчання. Другий – організація аналітично-діагностичної роботи бази практики. Здобувач знайомиться, аналізує, надає характеристику організації, де проходить практику, з'ясовує структуру управління; напрями та види діяльності; нормативно-правові засади функціонування бази практики; знайомиться зі станом та перспективними напрямами розвитку закладу, установи, організації; аналізує проблеми, що перешкоджають розвитку закладу, пропонує свій варіант подолання проблем. Виконання третього змістового модуля – організація проєктної роботи в організації – вимагає від практикантів здійснити: аналіз соціокультурного середовища; з'ясування соціокультурних проблем та їх ранжування; розробка власного проєкту, складовими якого є: цілі, завдання проєкту, форми його реалізації, кошторис проєкту, ідеї щодо подолання проблем соціокультурного характеру; пошук благодійників для реалізації проєкту.

Наступний етап проходження виробничої проєктної практики – це аналіз і проєктування організації соціокультурної сфери. Практиканти здійснюють структурний, функціональний, культурологічний, соціально-психологічний, економічний аналіз підприємства. Комплексне проєктування передбачає: проєктування механізмів функціонування, структури, організаційної культури підприємства, соціально-психологічного проєктування тощо.

Організація аналітико-прогнозної роботи в закладі, підприємстві, установі – зміст п'ятого модуля. Здобувачі аналізують внутрішнє і зовнішнє середовище; вивчають можливості територіальної концентрації культурно-мистецьких організацій для створення творчого кластеру; аналізують ресурсне забезпечення творчого кластеру; готують сценарій прогнозного розвитку закладу. Завершальний етап – це підготовка документів про проходження практики.

Базами проєктної практики, на яких проходять підготовку здобувачі, є: Український центр культурних досліджень, рекламно-маркетингова агенція «Спільна Перемога», Одеський державний екологічний університет, комунальний заклад «Центр концертних та фестивальних програм», галерея-музей «Історія становлення української нації», турагентство «Німфа Тревел», будинок культури села Бобриця та ін. [17].

Виробничу (організаційно-управлінську) практику здобувачі проходять на четвертому курсі, вона триває, як і попередня, чотири тижні і розрахована на 180 годин.

Як зазначено в наскрізній програмі практичної підготовки фахівців зі спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності», метою цього виду практики є: «проведення аналізу соціокультурних процесів, які відбуваються на підприємствах, в установах і закладах культури та інших галузях соціокультурної сфери, характеристика різноманітних видів загальнокультурних, художніх, пізнавальних, соціальних, побутових, сімейних, професійних та інших інтересів дорослих, молоді, дітей, широка варіативність видів соціально-культурних інтересів молоді, створення можливостей для розвитку творчих здібностей здобувачів, здійснення індивідуальних і колективних заходів, визначення цілей, що

приводять в рух діяльність: передчасно продуманих дій, аналіз ситуації, в якій доводиться спеціалістам в галузі культури працювати, вибирати форми, засоби і методи досягнення цілей, допомогти особистості визначитись в соціокультурній сфері» [7].

Під час перебування на базах практики студенти проводять аналітичні й діагностичні роботи, як-то: культурологічний, структурно-функціональний аналіз управлінської системи організації, аналіз та оцінка чинників зовнішнього та внутрішнього соціокультурного середовища установи, складання переліку виробничої документації тощо. Звертають увагу на проведення студентом комплексного аналізу основних та додаткових видів діяльності установи (бази практики), що включає в себе вивчення соціокультурних характеристик видів діяльності, а також аналіз рівня послуг, що надає заклад; аналіз забезпеченості бази практики професійним персоналом для повноцінного виконання закладом своїх функцій; характеристика форм, технологій, засобів, методів діяльності, що здійснюється закладом – базою практики; складання списку рекламних інформаційних та рекламних матеріалів, що розміщує заклад у соціальних мережах. Під час практики здобувачі вивчають, аналізують питання комплексного проєктування інноваційної системи управління закладом відповідної сфери і характеризують ефективність напрямів упровадження новітніх технологій у систему управління закладом соціокультурної сфери.

На практиці здобувачі виконують основні та індивідуальні завдання. Індивідуальне завдання кожного студента включає питання, що підлягають вивченню і будуть використані під час підготовки дипломної роботи. Важливість, актуальність, глобальність та об’ємність індивідуальних завдань видно із наведених прикладів: провести усне опитування щодо місця та ролі в житті різних соціальних груп населення культурних заходів та ролі комунікацій; результати зафіксувати письмово; проаналізувати діяльність закладів культурно-мистецької та соціокультурної сфери в період воєнних дій і роль менеджменту зазначених установ в організації волонтерської діяльності в умовах підвищеної небезпеки; проаналізувати систему надання державних грантів у сфері культури тощо [15].

Під час навчання в магістратурі здобувачі другого (магістерського ) освітнього рівня проходять такі виробничі практики: стажування за професійною кваліфікацією в першому семестрі, тривалість її два тижні; виробнича (педагогічна) практика розрахована на два тижні в другому семестрі; проєктно орієнтована відбувається в третьому семестрі і триває місяць. Відповідно до освітньо-професійної програми магістранти проходять переддипломну практику в третьому семестрі тривалістю два тижні [8].

У студентів-магістрантів доволі широкий вибір баз практики: заклади, організації, асоціації, установи, компанії, громадські організації, які працюють у соціокультурній сфері, а саме: театрально-видовищний заклад культури «Київський національний академічний театр оперети», ТОВ «Контент продакшн», Державне підприємство «Національний центр ділового та культурного співробітництва “Український дім”», Управління культури Київської обласної державної адміністрації, ТОВ «Центр української культури та мистецтва», Київський

академічний театр «Колесо», ТОВ «СЛИ НОВИНИ», Палац культури «Світлопільський» тощо [19].

При проходженні виробничої практики (стажування за професійною кваліфікацією) здобувачі знайомляться з нормативно-правовими документами, які регламентують діяльність закладу, з організаційною структурою, функціональними обов'язками керівництва і співробітників. Вивченню та аналізу підлягають планово-економічна, маркетингова діяльність, управління трудовими ресурсами, оплата праці, мотивація, управління фінансовими ресурсами.

Відповідно до поставлених завдань виробничої педагогічної практики здобувачі ретельно знайомляться з організацією навчальної, методичної, виховної, науково-дослідної роботи закладів – баз практики [16].

Завданнями проєктно орієнтованої виробничої практики визначено: «проведення аналізу стану, напрямів і обсягів процесів, які відбуваються на відповідній базі практики; вивчення ходу перебудови діяльності організації соціокультурної сфери в контексті соціокультурних реформ, які здійснюються в Україні; вивчення й аналіз проблем, які стримують поліпшення роботи й подальший розвиток організації соціокультурної сфери; набуття навичок інноваційної та креативної проєктувальної діяльності у соціокультурній сфері (державною та іноземною мовами); формування інноваційно-обґрунтованих підходів до організації та управління внутрішніми і зовнішніми соціокультурними процесами; участь у проєктній діяльності організації соціокультурної діяльності; самостійно працювати та втілювати заплановані базою практики заходи/проєкти (створення та проведення спеціальних заходів, проведення прес-конференцій, професійних семінарів і тренінгів, концертів, фестивалів, корпоративних свят, міжнародних виставок, івент-проєктів в умовах культурного різноманіття)» [18].

Під час проходження переддипломної практики акцентовано на важливості збору, систематизації та аналізі інформації щодо функціонування бази практики й застосування набутих матеріалів у кваліфікаційній роботі.

На завершальному етапі практичної підготовки здобувачі набувають такі важливі фахові компетентності, як: «здатність визначати напрями досліджень для розвитку соціокультурної діяльності; здатність до практичної адаптації науково обґрунтованих соціокультурних практик у їх глобальному, глокальному і локальному вимірах; здатність до планування, обґрунтування та обговорення результатів проведеного дослідження; здатність організовувати та реалізовувати науково-дослідні, науково виробничі, соціокультурні проєкти тощо» [14].

Кожна із перелічених практик завершується звітною конференцією, на якій студенти доповідають про виконання програми практики та індивідуальних завдань. На конференцію надається звіт і щоденник, у якому фіксують календарний графік проходження практики, робочі записи здобувача під час практики, а також відгуки керівників практики від навчального закладу і бази практики. Здобувач представляє звіт з практики перед комісією.

***Список використаних джерел***

1. Авшенюк Н. М. Стандартизація професійної підготовки вчителів у Англії й Уельсі (кінець XX – початок XXIст.). Київ, 2017. 235 с.

2. Бази практики кафедри артменеджменті та івент-технологій НАКККіМ. URL: https://nakkkim.edu.ua/instituti/instituti-institut-praktichnoji-kulturologiji-ta-art-menedzhmentu/kafedra-art-menedzhmentu-ta-ivent-tekhnologij (дата звернення: 10.04.2024).

3. Вища освіта у Великобританії. URL: https://world-study.ua/uk/education/united-kingdom/ (дата звернення 10.04.2024)

4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. Редакція від 27.12.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text (дата звернення: 10.04.2024).

5. Інструкція з охорони праці № 1 для здобувачів, які направляються для проходження практики. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Instruktsiia_z_okhorony_pratsi_1.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

6. Наказ Міністерства освіти України від 08.04.1993 №93 «Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/z0035-93#Text (дата звернення: 10.04.2024).

7. Наскрізна програма практичної підготовки для здобувачів напряму діяльності культура спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Programa_Praktyky_BKD.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

8. Освітньо-професійна програма «Кроскультурний менеджмент». 2022. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/OPP_Kros_kulturnyi_menedzhment_nr2022.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

9. Положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці, безпеки життєдіяльності у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв. 02.12.2019. № 166-0. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Polozhennia_pro_poriadok_provedennia_navchannia_i_perevirky_znan_z_pytan_okhorony_pratsi_bezpeky_zhyttiedialnosti001.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

10. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв від 30.08.2022. № 82-0. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Polozhennia_pro_provedennia_praktyky_zdobuvachiv_nakkkim_1.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

11. Практика в польському виші: де і як практикуються студенти. URL: https://univerpl.com.ua/blog/praktika-v-polskom-vuze-gde-i-kak-praktikuyutsya-studenty/ (дата звернення: 10.04.2024).

12. Рекомендації про проведення практичної підготовки студентів вищих навчальних закладів України» від 24.04.2013. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/praktyka/Rekomendazii_pro_provedenny_praktuku.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

13. Робоча програма навчальної практики для здобувачів вищої освіти спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності». URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Navchalna_praktyka_mened_kr_ind.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

14. Робоча програма переддипломної практики для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього рівня спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності». URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Pered dyplomna_praktyka.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

15. Робоча програма практики виробничої (організаційно-управлінської) спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого бакалаврського освітнього рівня. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Vyrobnycha_praktyka_orhaniz-upravl.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

16. Робоча програма практики виробничої (педагогічної) для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) освітнього рівня. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/pedahohichna.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

17. Робоча програма практики виробничої (проектної) спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) освітнього рівня. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Vyrobnycha_praktyka_proektna.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

18. Робоча програма практики виробничої (проєктно орієнтованої) для здобувачів другого (магістерського) освітнього рівня. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/proiektno-oriientovana.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

19. Робоча програма практики виробничої (стажування за професійною кваліфікацією) для здобувачів другого (магістерського) освітнього рівня. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Vp_stazh_za_prof_kvalif.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

20. Робоча програма практики виробничої (творчо-виробничої), спеціальність «Менеджер соціокультурної діяльності першого (бакалаврського) освітнього рівня». 2022–2023 навчальний рік. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/Instytuty/in_prakt_kulturolohii/K_art-menedzhment/PrP/Vyrobnycha_praktyka_tvorcha.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

21. Скоробогатова М. Р. Педагогічна практика як важливий компонент в становленні майбутніх вчителів. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/NiO/2011_6/2_rozd/Skor.htm 5 (дата звернення: 10.04.2024).

***Цитування розділу 9:*** Васильченко Л. Л., Святненко А. В. Алгоритми формування нової генерації фахівців соціокультурної сфери засобами практичної підготовки. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 166–186.

***Додаток 1***

***Практика як складова навчального процесу в НАКККіМ***

НАКККІМ
ОФІЦІЙНА ГРА

# Розділ 10

# РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ БІБЛІОТЕК УКРАЇНИ В СИСТЕМІ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-БІБЛІОТЕЧНОЇ ОСВІТИ

Цифровізація суспільства, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, впровадження штучного інтелекту, інтернету речей та інших новітніх розробок в усі сфери життєдіяльності людини актуалізує і питання трансформації бібліотек, упровадження в їх діяльність техніко-технологічних інновацій, розробки новітніх інноваційних продуктів та послуг. Проте в сучасних реаліях бібліотеки України зіткнулись не лише з викликами, детермінованими цифровою епохою, а й із зовнішніми загрозами, такими як фізичне знищення (повне чи часткове руйнування) внаслідок бойових дій, терористичних атак, вандалізму та мародерства окупантів рф тощо. Воєнні дії призвели до потужних міграційних процесів, що позначились на складі користувачів та їх потребах. Публічні бібліотеки як соціальні інституції стали хабами та коворкінгами для внутрішньо переміщених осіб, волонтерів. У бібліотеках були розгорнуті Центри незламності та проходять навчання з домедичної та першої медичної допомоги. Бібліотеки посилили свою діяльність з навчання цифрової освіти, медіаграмотності, інформаційної гігієни, кібербезпеки, бібліо- та арттерапії. Усі ці події відбуваються зараз і потребують відстеження, фіксації та аналізу. Ми розглянемо інноваційну діяльність і трансформаційні процеси в розвитку публічних бібліотек України з 2000 року та визначимо основні тенденції розвитку публічних бібліотек України під впливом світових трендів цифрового суспільства й вітчизняних воєнних та післявоєнних реалій.

Мета розділу – проаналізувати особливості інноваційних змін у діяльності сучасних публічних бібліотек України, що пов’язані з цифровізацією суспільства, і визначити основні тенденції їх розвитку з урахуванням вітчизняних реалій, таких як: повномасштабні воєнні дії, інформаційна та кібервійни, реформи у сфері надання культурних послуг тощо; простежити роль ВГО «Українська бібліотечна асоціація» (УБА) в інноваційних трансформаціях бібліотек України; охарактеризувати значення неперервної інформаційно-бібліотечної освіти у формуванні професійної свідомості бібліотечних працівників, мотивації їх до впровадження бібліотечних інновацій та постійного саморозвитку.

## 10.1. Вплив інформатизації та цифровізації суспільства на інноваційні зміни в діяльності публічних бібліотек України. Підвищення кваліфікації бібліотечних працівників

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», «інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1].

Наявні різні, але близькі за суттю підходи до класифікації бібліотечних інновацій. Базуючись на наведеному вище (нормативному) визначенні, говорячи про бібліотечні інновації, виділимо такі інновації:

− техніко-технологічні, або процесні, – це впровадження нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, обладнанні та (або) програмному забезпеченні. Це інновації, спрямовані на розробку та запровадження нових засобів і технологій для більш ефективної діяльності та задоволення потреб користувачів;

− продуктні – це створення нового інформаційного продукту або послуги, які є новими або значно поліпшеними за частиною властивостей або способів використання;

− організаційно-управлінські – це інновації, спрямовані на розробку та застосування нових організаційних структур і методів управління;

− комплексні – це інновації, що органічно об'єднують всі або деякі з названих видів.

Інноваційна діяльність у бібліотеках має свою історію, яка охоплює різні етапи й технологічні зміни.

Особливо стрімко бібліотечні інновації виникали, запроваджувались та видозмінювались (ставали звичними, традиційними складовими діяльності або були замінені іншими нововведеннями) останні два десятиріччя.

Така теза ґрунтується насамперед на практичному досвіді авторки, що працює у сфері підвищення кваліфікації працівників культури, зокрема бібліотечних працівників, є членкинею ВГО «Українська бібліотечна асоціація» (УБА) з 1999 року і за цей час побувала в публічних бібліотеках усіх регіонів України: в усіх ОУНБ – обласних універсальних наукових бібліотеках, переважно ОЮБ – обласних бібліотеках для юнацтва (для молоді), ОДБ – обласних дитячих бібліотеках, а також у багатьох міських, районних та селищних бібліотеках різних областей. Під час професійних відряджень, при проведенні занять для бібліотечних працівників безпосередньо на базі бібліотек, під час обговорень на професійних конференціях, семінарах, тренінгах було зроблено висновки про зміни як фізичного стану бібліотек, їх матеріально-технічного забезпечення, так і професійної свідомості бібліотекарів, уявлень про місце і роль бібліотеки в громаді, усвідомлення необхідності впровадження в бібліотечну діяльність комп'ютерних технологій тощо.

Так, для працівників вітчизняних публічних бібліотек початку 2000-х років основними завданнями для впровадження інновацій були – *комп'ютеризація бібліотек та навчання бібліотекарів комп'ютерній грамотності, автоматизація бібліотечних процесів, підключення бібліотек до мережі «Інтернет», створення електронних каталогів і бібліотечних сайтів. Бібліотекарі починали навчатися писати проєкти та займатися фандрейзингом.*

Усвідомлюючи важливість підвищення кваліфікації бібліотечних працівників та формування в них більш актуальних професійних компетентностей, у 2000 році в межах спільного грантового проєкту Української бібліотечної асоціації та Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (НАКККіМ), тоді Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв, за фінансової

підтримки фонду «Відродження» та Інституту відкритого суспільства (Будапешт), Академія створила у своєму складі ***Центр безперервної інформаційно-бібліотечної освіти*** та обладнала комп'ютерний навчальний клас з підключенням до інтернету. А серед навчальних курсів з підвищення кваліфікації Центру, що відповідали тогочасним актуальним потребам бібліотечної практики і були спрямовані на стимулювання інноваційної діяльності бібліотек та бібліотечних працівників, були:

- «Інтелектуальна свобода та доступ до інформації в демократичному суспільстві» (розробник В. Пашкова),
- «Пошук додаткових джерел фінансування бібліотек» (В. Скнарь),
- «Комфортність обслуговування як показник рівня роботи бібліотек» (Я. Хіміч),
- «Комунікативне та інформаційне забезпечення програм розвитку регіонів» (І. Шевченко),
- «Комп'ютерні технології створення продуктів мережі Інтернет» (М. Сенченко),
- «Створення і використання електронних видань у бібліотеках» (О. Васильєв),
- «Робота в автоматизованих інформаційно-бібліотечних системах. Програмне забезпечення АІБС» (М. Сенченко),
- «Як взяти з інтернету найбільше?» та «Інтернет в публічних бібліотеках» (І. Шевченко) [2].

Як бачимо з переліку, тематика дійсно була актуальною та відповідала вимогам часу. Що стосується змістовної складової, то її змінювали відповідно до стрімкого розвитку технологій, появи веб 2.0 тощо. Про це йтиметься нижче, під час характеристики навчальних курсів з підвищення кваліфікації бібліотечних працівників у Центрі безперервної інформаційно-бібліотечної освіти та Головному регіональному тренінговому центрі для бібліотекарів.

Вагомий внесок у комп'ютеризацію, інтернетизацію та інноваційний розвиток публічних бібліотек України на початку 2000х років внесла ***грантова Програма від Посольства США «Інтернет для читачів публічних бібліотек (LEAP)» (2001–2010),*** здійснювана за фінансової підтримки Уряду Сполучених Штатів та в партнерстві з УБА і Центром безперервної інформаційно-бібліотечної освіти. Метою програми було покращання доступу громадян України до інформації через відкриття у публічних бібліотеках Інтернет-центрів, безкоштовних для читачів. Бібліотеки-переможниці всеукраїнського конкурсу проєктів, що проводили за цією Програмою, отримували фінансування на придбання техніки, програмного забезпечення, оплату послуг провайдера, навчання користувачів. Самі бібліотекарі також проходили навчання з комп'ютерної грамотності та основ роботи в інтернеті. Слід відзначити, що завдяки відкриттю інтернет-центрів в публічних бібліотеках не лише покращився доступ громадян України до електронної інформації, а й істотно змінилися самі бібліотеки. Досить влучно ці зміни описано на сайті Хмельницької ОУНБ, у розділі «Наші проєкти», рубриці «Інтернет-центр». «Відкриття цих центрів сприяло збільшенню підтримки бібліотек з боку владних структур і бізнесових кіл, привернуло увагу до книгозбірень

засобів масової інформації. Активізувалася співпраця з громадськими організаціями, закладами освіти та науковими установами.

Створення інтернет-центрів сприяло інноваційному підходу бібліотекарів до обслуговування користувачів [3]. У довідці про проєкту LEAP наведено приклади інноваційних на той час інтернет-послуг бібліотек, його учасниць: «Херсонська обласна наукова бібліотека ім. О. Гончара і Республіканська кримсько-татарська бібліотека започаткували освітню програму для сільської молоді "Вікенд в інтернеті". Маріупольська центральна міська бібліотека надає інтернет-центр для дистанційної освіти, проводить щомісячний чат з юристом – віртуальну юридичну консультацію. Херсонська обласна бібліотека для дітей і Севастопольська міська бібліотека для дітей спільно провели інтернет-конференцію з дитячою письменницею, здійснили навчання вчителів і учнів. Рівненська обласна бібліотека координувала роботу інтернет-центрів у трьох публічних бібліотеках Рівненської області, звертаючи особливу увагу на обслуговування дітей та інвалідів. Тернопільська обласна універсальна наукова бібліотека організувала тиждень відкритих дверей "Читайте! Навчайтеся! Користуйтеся інтернетом у нашій бібліотеці!" Вперше в Україні комп'ютери, підключені до інтернету, з'явилися в сільських бібліотеках – селах Синьків і Товсте Заліщицького району Тернопільської області, селі Вигода Івано-Франківської області. Складником програми розвитку електронного врядування став інтернет-центр Кам'янець-Подільської центральної міської бібліотеки» [3]. Цей невеличкий перелік наразі є особливо цінним через те, що він ілюструє історію створення інтернет-центрів у публічних бібліотеках України і географію прикладів, які він описує.

Наступною, вагомою для розвитку вітчизняних бібліотек та їх інноваційної діяльності була ***грантова Програма «Бібліоміст» (2009–2014).*** «Бібліоміст» – це національна програма в межах ініціативи «Глобальні бібліотеки» («Глобальні бібліотеки Україна») благодійного Фонду Білла та Мелінди Гейтс. Метою програми «Бібліоміст» була «розбудова сучасної системи публічних бібліотек в Україні шляхом: оснащення публічних бібліотек комп’ютерами та допоміжним обладнанням для забезпечення громадян кращим доступом до інформації; навчання бібліотекарів навичок користуватися новітніми технологіями для кращого обслуговувати відвідувачів, а також створення 25 нових тренінгових центрів для бібліотекарів по всій країні; надання допомоги бібліотекарям у здійсненні адвокаційної діяльності з метою отримання ресурсів, необхідних для задоволення громадських потреб; сприяння кращому усвідомленню суспільством важливої ролі бібліотек і бібліотекарів та надання їм відповідної підтримки» [4].

Перед початком Програми, у 2008 році, Українська бібліотечна асоціація за підтримки IREX провела всеукраїнське дослідження ***«Публічні бібліотеки України як місце доступу громадян до інформаційних технологій та інтернету»,*** яке через статистику охарактеризувало стан комп’ютеризації та інтернетизації бібліотек України по областях (загальна кількість комп’ютерів у бібліотеках, загальна кількість комп’ютерів для використання читачами, кількість комп’ютерів для людей з вадами зору, кількість бібліотек, підключених до інтернету, кількість бібліотек, що надають читачам доступ до інтернету, типи підключення до інтернету в публічних бібліотеках, швидкість підключення, наявність

у бібліотеки сайту та електронної пошти тощо). Результати дослідження показали загалом низький рівень комп'ютеризації та підключення до інтернету публічних бібліотек України, слабкий рівень їх матеріально-технічного забезпечення, а також недостатність фінансування цієї статті видатків державою. Станом на час проведення дослідження (2008) доступ до інтернету надавали 449 бібліотек з 567 підключених до мережі, тобто 2,5% від загальної кількості публічних бібліотек (17763), 1,8% бібліотек (355) мали адресу електронної пошти, а 0,8% (139) власний вебсайт; 20% бібліотечних фахівців володіли навичками роботи на комп'ютері [5]. Отримані результати обґрунтовували необхідність широкомасштабних дій щодо інтернетизації публічних бібліотек України і були враховані при підписанні Протоколу про наміри між Міністерством культури України і IREX щодо реалізації проєкту «Бібліоміст» (8 грудня 2008 р.).

Програма «Бібліоміст» складалася з багатьох ініціатив та конкурсів. У жовтні 2009 року Програма оголосила перший конкурс для публічних бібліотек України: «Організація нових бібліотечних послуг з використанням вільного доступу до інтернету» на базі районних і міських бібліотек та їх філій, який проводили в декілька раундів. Його мета – підтримка ініціативних публічних бібліотек, які організовують і надають безкоштовний доступ до інтернету користувачам на постійній основі; ініціюють та реалізують додатково бібліотечні послуги з використанням безкоштовного доступу до інтернету, що задовольнятимуть потреби місцевих громад [4].

У межах Програми, на базі Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, за проєктом Української бібліотечної асоціації було створено ***Головний тренінговий центр для бібліотекарів (ГТЦ),*** а при обласних універсальних наукових бібліотеках (ОУНБ) – регіональні тренінгові центри.

Метою діяльності Головного тренінгового центру було визначено формування системного інформаційно-освітнього середовища, сприяння освіті бібліотекарів, надання додаткових можливостей для навчання.

Основними завданнями Головного тренінгового центру стали: підготовка навчальних програм підвищення кваліфікації працівників бібліотек; розробка навчальних матеріалів; підготовка дистанційних курсів за навчальними програмами; організація курсового навчання для тренерів регіональних тренінгових центрів; директорів обласних бібліотек; голів та викладачів циклових комісій бібліотечних дисциплін училищ культури і мистецтв тощо; організація курсового навчання з метою підвищення кваліфікації бібліотекарів м. Києва та Київської області [6].

Серед навчально-методичних матеріалів, розроблених ГТЦ, – підручники для тренерів, посібники для бібліотекарів за програмою підвищення кваліфікації, дистанційні курси, зокрема:

- «***Нова бібліотечна послуга: використання інформаційних технологій та інтернету в бібліотеці***» (І. Шевченко, 2012),
- «***Інноваційні зміни в бібліотеці на основі проєктного, кадрового менеджменту та ініціативної діяльності бібліотек***» (Я. Хіміч, 2012),

- «***Інтелектуальна свобода та доступність інформації в демократичному суспільстві. Етика бібліотечного працівника***» (В. Пашкова, О. Пашков, 2013),
- ***«Адвокація: представлення інтересів бібліотек***» (В. Загуменна, 2013), «***Технології Веб 2.0 для бібліотек і користувачів: нові можливості розвитку бібліотечного середовища***» (Т. Ярошенко, Т. Якушко, 2013) [7].

Як бачимо, усі навчальні матеріали спрямовані на стимулювання інноваційної діяльності бібліотек та використання інформаційно-комунікаційних технологій. Більше того, інноваційній діяльності бібліотек присвячено окремий навчальний курс «Інноваційні зміни в бібліотеці…», до якого увійшли такі теми, як: «Інноваційні механізми розвитку бібліотек, стратегічне планування в бібліотеках», «Класифікація інформаційних продуктів, послуг бібліотек з орієнтацією на сервісність обслуговування», «Фандрейзинг як джерело додаткового фінансування бібліотек», «Програмний і проєктний підходи до розвитку бібліотечної сфери», «Основи лідерства та командного підходу в кадровому менеджменті», «Адвокація як система захисту інтересів бібліотек, бібліотечних фахівців і користувачів», «Соціальне партнерство як актуальний напрям діяльності бібліотеки» [8].

На основі посібника було також розроблено відповідний курс для дистанційного навчання. Курс розміщено на базі платформи MOODLE на сайті відділу дистанційного навчання НАКККіМ за адресою https://e-osvita.org.ua/new/ (ресурс для зареєстрованих учасників). І, якщо друкований посібник зафіксував бачення інноваційної діяльності бібліотек на період свого видання – 2012 рік, то зміст дистанційного курсу оновлювали щорічно: додавали (вилучали) джерела, наводили більш актуальні приклади тощо. Зокрема, анексія Криму та початок війни (проведення АТО в окремих регіонах Донецької та Луганської областей, 2014) змусили говорити про особливості роботи бібліотек з внутрішньо переміщеними особами (ВПО), про нові соціальні партнерства та нову волонтерську діяльність, про важливість бібліотерапії, інформаційної гігієни, про інноваційну проєктну діяльність бібліотек на неокупованих територіях тощо. У 2015 році УБА ініціювала та провела цикл семінарів та фокус-груп «Бібліотека в умовах кризи». 7 липня 2015 року Президія Української бібліотечної асоціації затвердила ***Маніфест УБА «Бібліотеки в умовах кризи»,*** у якому було представлено «бачення місії та ролі бібліотек, їхньої цінності для українського суспільства, яке наразі долає кризові явища та впроваджує реформи» [9]. Документ дуже ємкий, актуальний і зараз та вартий окремого розгляду. В контексті ж нашої теми наведемо декілька тез з рекомендацій УБА, як діяти бібліотекам і бібліотекарям «у цей складний період»: «Українська бібліотечна асоціація закликає всіх бібліотекарів підтримати таку програму дій: 1. Бібліотеці необхідно застосовувати інноваційний менеджмент, визначити візію, місію, цінності та розробляти стратегію дій з урахуванням цілей та пріоритетів в умовах кризи. 2. Бібліотека має забезпечувати вільний безкоштовний доступ до легальних інформаційних ресурсів, зокрема до ресурсів інтернету, формувати актуальні колекції документів на різних носіях інформації з представленням їх у найдоступнішому для сприйняття вигляді. <…> 11. Бібліотека має розвивати інформаційно-консультативну діяльність з правових, економічних, екологічних, соціальних, психологічних питань, питань охорони

здоров'я тощо, створюючи відповідні колекції інформаційних ресурсів і залучаючи фахівців, зокрема дистанційно. <…> 13. Бібліотека має надавати підтримку внутрішньо переміщеним особам, учасникам антитерористичної операції, їхнім сім`ям, створюючи тематичні сторінки з актуальною інформацією на своїх вебресурсах, співпрацюючи з центрами соціальної допомоги. <…> 16. Бібліотека має бути активною у формуванні медіаграмотності населення, спонукати користувачів до критичного мислення та ефективного використання усіх видів інформації, протистояти ворожій інформаційній експансії, рекомендувати авторитетні та офіційні джерела інформації, забезпечувати повноту та неупередженість інформації, створювати й підтримувати об'єктивне медійне середовище в Україні [9]. Цими рекомендаціями послуговувались бібліотечні працівники як під час занять з підвищення кваліфікації (моделювання), так і в практичній діяльності вітчизняних бібліотек зі створення та впровадження інноваційних продуктів і послуг.

Наступним документом, важливим для визначення пріоритетів діяльності та напрямів розвитку (трансформації) вітчизняних бібліотек, стала розроблена Українською бібліотечною асоціацією та схвалена у 2016 року Кабінетом Міністрів України ***Стратегія розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України»***. Стратегія була визначена як рамковий документ, «що формує бачення, визначає пріоритети, завдання та основні дії для досягнення якісних змін у бібліотечній справі України» [10]. Вивчаючи Стратегію під час занять з підвищення кваліфікації, бібліотечні працівники аналізували та обговорювали подальші напрями розвитку бібліотечної справи та визначали ті зовнішні чинники, що впливають на напрями розвитку саме їх бібліотеки, їх громади; відстежували, які зміни в бібліотечній справі вже відбулись, які відозмінилися, наприклад, під впливом реформи децентралізації у 2015–2020 роках.

Створення нових об'єднаних територіальних громад, децентралізація бібліотечних систем, подекуди психологічно болісна для бібліотечних працівників, ще більше актуалізували необхідність навчання бібліотекарів, зокрема, стратегічному плануванню, лідерству та командній роботі, адвокаційній і проєктній діяльності, соціальному партнерству (усім основним темам курсу «Інноваційні зміни в бібліотеці…», які наразі розглядали вже саме в контексті реформ). А дискусії навколо питань «загальних засад надання населенню культурних послуг» стимулювали і розгляд питань щодо ребрендингу бібліотек, створення бібліохабів, бібліотек-музеїв, бібліотек-клубів тощо.

У часи пандемії (березень 2020 – лютий 2022) більш актуальними та затребуваними стали теми використання технологій дистанційного (віддаленого) обслуговування та спільнодії (доставка електронних документів, спільна робота з документами, проведення відеоконференцій, стримів бібліотечних заходів, спілкування в соціальних мережах та групових чатах тощо), цифрові бібліотечні послуги. Ця тенденція залишилась і після повномасштабного вторгнення. Крім того, з 2022 року на заняттях з підвищення кваліфікації із цього курсу акцентували на інноваційних змінах в бібліотеках під час війни. А з 2024 був відкоригований навчальний план курсу та додано такі теми, як: «Зміни в концепті сучасних бібліотек. Сучасні бібліотечні моделі (бібліотеки в цифрову епоху) і «Трансформація

ініціативної діяльності бібліотек у воєнний період». Загалом з практики проведення занять з підвищення кваліфікації бібліотечних працівників варто відзначити їх прагнення до професійного зростання, а також цікавість до тем, пов'язаних з новітніми технологіями та можливостями їх використання в бібліотеках.

Отже, розглядаючи особливості впровадження інновацій у діяльність вітчизняних бібліотек у XXI ст., зробимо висновки про те, що критично важливі зміни, пов'язані з упровадженням у діяльність інтернет-технологій, здійснювали бібліотеки в процесі реалізації міжнародних проєктів, у партнерстві з Українською бібліотечною асоціацією. Вагомим чинником успішної реалізації цих проєктів було відповідне навчання (підвищення кваліфікації) бібліотечних працівників. Розроблені під час реалізації проєктів навчально-методичні матеріали надавали можливість для їх масштабування.

У цьому контексті розглянемо ще приклади проєктної інноваційної діяльності УБА та публічних бібліотек, що реалізовували вітчизняні бібліотеки останні десятиліття.

## 10.2. Проєктна діяльність Української бібліотечної асоціації для розвитку бібліотечних інновацій

Крім вже відзначених проєктів «Інтернет для читачів публічних бібліотек (LEAP)», 2001–2010, і програми «Бібліоміст» – «Організація нових бібліотечних послуг з використанням вільного доступу до інтернету», 2009–2014, Українська бібліотечна асоціація реалізовувала й інші проєкти, що сприяли розвитку вітчизняних бібліотек, стимулювали впровадження в діяльність бібліотек інтернет-технологій, формували образ бібліотеки як сучасної культурної установи у влади та громади.

***Проєкт створення мережі Пунктів доступу громадян (ПДГ) до офіційної інформації,*** 2009–2013 (у межах гранту Програми сприяння Парламенту України II (ПСП II) за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). «Пункти Доступу Громадян (ПДГ) – це інформаційні Центри, відкриті в бібліотеках України, де громадяни мають можливість отримати інформацію органів державної влади та дізнатись, яким чином можна долучитись та впливати на законодавчий процес» [11, 12]. Для відкриття в бібліотеці Пункту доступу громадян до офіційної інформації і, як наслідок, долучення бібліотеки до Мережі ПДГ було необхідно було мати у бібліотеці комп'ютери з вільним доступом до мережі «Інтернет» та щоб персонал, який буде відповідати за ПДГ, пройшов навчання на тренінгу «Інформація органів влади для громадян у бібліотеці: пошук, доступ, консультування». Цей проєкт розширював бачення бібліотечних послуг та ролі бібліотеки в суспільстві. Бібліотечні працівники навчались якісно користуватися інтернет-ресурсами, перевіряти джерела інформації та звертатися до офіційних, створювати актуальні вебліографічні списки, консультувати та навчати користувачів різних вікових категорій якісно використовувати інтернет.

Проєкт ***«Публічні бібліотеки – мости до електронного урядування»*** (2012–2013), що був частиною Національного плану дій у межах Партнерства «Відкритий уряд», органічно доповнив проєкт створення мережі ПДГ у

бібліотеках. Співробітники бібліотек, учасниць проєкту, проходили спеціальне навчання, дізнавалися, що таке «електронне урядування», які онлайн-послуги надають державні установи та як ними користуватися. У межах проєкту було розроблено, видано та розповсюджено плакати і створено відповідне інформаційне відео, яке наразі можна розглядати як наочний матеріал для характеристики еволюції діяльності публічних бібліотек України в забезпеченні діалогу між державою і громадянами [13, 14].

Проєкт «***Бібліотеки і виборчий процес: навчаємо бібліотекарів і виборців конституційних прав» (2014–2015)*** передбачав проведення тренерами регіональних тренінгових центрів для бібліотекарів у кожній області України циклу із шести вебінарів, що були орієнтовані на навчання громадян України віком від 18 років більш ефективно реалізовувати своє виборче право. Крім важливої соціальної місії цього проєкту, відзначимо, що комунікація та навчання за допомогою вебінарів, тим більше з боку бібліотеки, на той час були доволі інноваційними [15, 16].

Проєкт «***Бібліотека – громада: відкритий простір» (2014–2015)*** (фінансова підтримка Фонду «Монсанто») був соціальним проєктом для мешканців сільської місцевості, що мав сприяти культурному, соціальному та економічному розвитку громад і передбачав обладнання сільських бібліотек комп'ютерною та офісною технікою, поповнення бібліотечних фондів літературою, періодикою та іншими інформаційними ресурсами. У межах проєкту бібліотечні працівники навчалися користуватися комп'ютерною технікою та ефективно використовувати інформаційні ресурси інтернету. Загальною метою проєкту було створення в бібліотеках «сучасних центрів суспільної активності заради розвитку місцевих громад» [17].

Проєкт «***Все про Європу: читай, слухай, дізнавайся в пунктах європейської інформації в бібліотеках» (2015–2018)*** за підтримки Європейського Союзу мав за мету розширити мережу центрів європейської інформації (ЦЄІ), створених на базі більшості ОУНБ, і відкрити в містах і районах по всій Україні пунктів європейської інформації (ЄІ), здійснити інформаційно-методичне забезпечення бібліотекарів щодо їх діяльності та активізувати роботу бібліотек з популяризації європейських цінностей. У межах проєкту було створено вебплатформу «Все про Європу у бібліотеках. Громадській європейський майданчик» https://eulib.ula.org.ua/ [18] та групу у фейсбуці. Було також розроблено навчально-методичний посібник для бібліотекарів «Центри європейської інформації в бібліотеках: технологія створення та механізми популяризації інформації про ЄС та євроінтеграцію України» [19] і дистанційний курс для підвищення кваліфікації бібліотечних працівників «Бібліотеки в системі забезпечення євроінтеграційних процесів України» (https://e-osvita.org.ua/new/course/view.php?id=23, закритий ресурс). І хоча проєкт вже реалізовано, створені ним онлайн-платформи та електронні ресурси залишаються активними та затребуваними.

Проєкт ***«Активні громадяни» (2015) –*** Програма Active Citizens Британської Ради в Україні – ініціювала та реалізувала Молодіжна секція УБА. Мета проєкту була визначена як «сприяння соціальним змінам і забезпеченню сталого розвитку шляхом створення і розбудови мережі молодих лідерів із залученням

молодіжних організацій, які є рушіями реформ у своїх громадах, та формування в них знань і навичок, що сприятимуть побудові відносин між людьми на засадах рівності та рівних можливостей, поваги до різноманіття, вміння вести безконфліктний діалог» [20]. Проєкт мав три основні структурні компоненти:

1) проведення тренінгових семінарів для молоді з питань лідерства та вмінь ефективної взаємодії для кращого розуміння місцевих громад і глобальної взаємозалежності, формування навичок планування і менеджменту проєктів, поширення учасниками отриманих знань у своїх громадах серед молоді;

2) поширення учасниками набутих знань у своїх громадах серед молоді;

3) проєкти соціальної дії, які будуть розробляти і запроваджувати учасники програми на основі набутих знань та їх поглядів на потреби розвитку своїх громад [21].

Як бачимо, цей проєкт ще раз підкреслив громадянську активність бібліотечної спільноти, готовність бібліотек ставати центрами розвитку громади, місцем формування молодіжних лідерів, простором для навчання та натхнення.

Проєкт «***Містки громадської активності*» *(2016–2018)*** – це партнерський проєкт УБА, який фінансував Європейський Союз, Національний фонд на підтримку демократії та Польсько-Американський фонд свободи в межах програми RITA – «Зміни в регіоні», яку реалізував Фонд «Освіта для демократії та впроваджував у партнерстві з ГО «Центр культурного менеджменту» (Львів), Благодійним фондом «Помагаєм» (Дніпро) та Фондом розвитку інформаційного суспільства (Варшава) [22].

Проєкт був орієнтований для сприяння демократичним перетворенням в Україні шляхом упровадження нових, а також підтримки вже наявних активних громадських ініціатив з особливим акцентом на невеликі міста, які виявилися найбільш уразливими в сучасних українських умовах. Цільовою групою проєкту були лідери громадянського суспільства, внутрішньо переміщені особи (ВПО) та громади невеликих українських містечок. Проєкт діяв у всіх регіонах України, але перевагу надавали учасникам з Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської, Львівської та Харківської областей. Зазначимо, що в процесі реалізації проєкту учасники набули знання та компетентності щодо сучасного інструментарію в дослідженні та плануванні розвитку економіки й культури регіону. Зокрема, пройшли семінари з картування ресурсів розвитку міста для громадських організацій; семінари з лідерства для ВПО; семінари з культурних і креативних індустрій для ВПО; інвестиційні ярмарки з культурних і креативних індустрій; кампанія солідарності. У межах проєкту було виконано картування ресурсів розвитку дванадцяти міст України, відібраних через відкритий конкурс та створений практичний посібник «Картування громад в Україні» [23].

На жаль, нині можемо констатувати, що та величезна робота, що була проведена для ефективної розбудови та покращення якості життя, зокрема, у містечках Донецької області (м. Бахмут, м. Мирноград, м. Добропілля, м.Новогродівка), Луганської (м. Сєвєродонецьк, м. Старобільськ) і Харківської (м. Ізюм, м. Мерефа), наразі фізично знищена російською агресією. Проте залишилися документи, що були зібрані під час картування, а також ті стратегії, що розробляли на основі цих карт. Це вже фактично краєзнавчі історичні документи. Залишились й

компетентності бібліотекарів та громадських активістів щодо синергії розвитку громад, які обов'язково стануть у пригоді під час післявоєнного відновлення України та розбудови української культури.

Цифровізація суспільства стимулювали виникнення і реалізацію проєкту УБА ***«Карта бібліотек України» – Library for you (2019)*** (https://lib4you.org.ua/) [24]. Це онлайн-сервіс – путівник бібліотеками України, що знаходить бібліотеки, які є в населеному пункті, надає основну інформацію про бібліотеку та перелік послуг. Сервіс вміщує базу всіх публічних та університетських бібліотек України, а також мережу бібліотек гірничо-металургійного комплексу України. За допомогою спеціальних фільтрів сервіс дозволяє кожному мешканцеві України та її гостю обрати бібліотеку відповідно до його потреб. На сторінці сервісу міститься оголошення, що «в період воєнного стану в Україні база даних бібліотек України не оновлюється». Але сервіс активний, і можна здійснювати пошук бібліотек за певними критеріями. Крім того, є рубрика «Часті запитання», яка дає змогу краще зорієнтуватися в можливостях сервісу. Важливо також, що сервіс має свій блог (розділ сервісу «Новини») з актуальною інформацією про діяльність вітчизняних бібліотек. Блог має назву «Бібліотека – місце сили!». Серед постів 2024 року: «Топ-7 ідей інтер'єру бібліотеки для психологічного комфорту користувачів», «Бібліотечні «фішки» Берліна: подорож українських бібліотекарів до Німеччини», «Як бібліотеці стати центром психологічної допомоги?», «Крокуємо в майбутнє разом: навчання програмуванню та медіаграмотності у Львівській обласній бібліотеці для дітей», «Спільна пам'ять: як бібліотеки можуть допомогти переміщеним особам зберегти зв'язок з рідними містами» [24]. Отже, сервіс залишається актуальним, а також надає інформаційну та методичну професійну підтримку бібліотечним працівникам, формує майданчик професійної взаємодії та розвитку.

**«*Дія. Цифрова освіта»*.** У січні 2020 року Українська бібліотечна асоціація стала партнер проєкту Міністерства цифрової трансформації України «Дія. Цифрова освіта», що є складовою національного проєкту «Дія». Відзначимо, що Дія на той час лише була анонсована як проєкт, що передбачає створення онлайн-сервісів державних послуг задля побудови «Держави у смартфоні». УБА закликала бібліотеки долучатися до національного проєкту «Дія. Цифрова освіта», у межах якого користувачі бібліотек з допомогою бібліотекарів зможуть безкоштовно пройти навчання на національній онлайн-платформі із цифрової грамотності [25]. Методику використання платформи для навчання цифровій грамотності та допомоги відвідувачам бібліотек розглядали на спеціальному вебінарі, який і зараз доступний у запису [26]. УБА пропонувала бібліотекам, які стають амбасадорами проєкту «Дія. Цифрова освіта», співпрацювати з обласними державними адміністраціями, які отримали від Мінцифри офіційного листа, а також повідомляти про свою залученість, додаючи хештег #cyfra_library до інформації в соціальних мережах [25]. На сьогодні створена мережа з понад 6000 хабів по всій Україні. Найбільше мережа представлена саме бібліотеками [27].

З початком повномасштабної війни рф проти України питання безпеки стало ключовим. Українська бібліотечна асоціація спільно з проєктом «Цифрові, інклюзивні, доступні: підтримка цифровізації державних послуг в Україні»

(Проєкт підтримки Дія), що впроваджується ПРООН в Україні за підтримки Швеції, провели цикли навчальних вебінарів-тренінгів з інформаційної та кібербезпеки для користувачів на базі п'яти партнерських бібліотек [25].

У 2023 році з досвіду діяльності УБА було видано практичний посібник Бібліотеки – «Хаби цифрової освіти» [28].

Проєкт «***Твори культуру: бібліотечні інноваційні послуги» (2020)*** реалізовувала УБА за підтримки Європейського Союзу за програмою Дім Європи в партнерстві з Публічними бібліотеками м. Орхус (Данія), Білоруською бібліотечною асоціацією, Міжнародною асоціацією «Культура і креативність». Основною метою проєкту було навчити бібліотекарів створювати інноваційні бібліотечні послуги, які розвиватимуть культурні та творчі індустрії країни. Для цього бібліотекарі вивчали та практикували методологію «Дизайн-мислення для бібліотек». Цю методологію розробили Публічна бібліотека м. Чикаго (США) та Публічні бібліотеки м. Орхуса (Данія) за підтримки Фонду Білла та Мелінди Гейтс. Основні навчально-методичні матеріали з дизайну мислення було перекладано українською мовою та розміщено на сайті Читомо [29, 30]. Це дає змогу не лише учасникам проєкту, а й усім охочим ознайомитися із цією методологією та спробувати себе в ролі творця нової бібліотечної послуги. На сайті також можна ознайомитися з прикладами нових бібліотечних послуг, які описують формулою Бібліотека +:

- Бібліотека + Література та видавництво;
- Бібліотека + Перформативні види мистецтва;
- Бібліотека + Музика;
- Бібліотека + Образотворче мистецтво;
- Бібліотека + Дизайн і мода;
- Бібліотека + Інтерактивне програмне забезпечення;
- Бібліотека + Аудіовізуальний сектор;
- Бібліотека + Ремесла;
- Бібліотека + Культурна спадщина тощо.

Цей навчальний матеріал став основою відповідного курсу з підвищення кваліфікації бібліотечних працівників, що пропонує Центр неперервної культурно-мистецької освіти Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Методологія «Дизайн-мислення для бібліотек» та навчальні матеріали, безумовно, будуть корисними і при відновленні публічних бібліотек України, при створенні бібліотек нової якості, таких, наприклад, які в презентації Програми трансформації культури під час війни та до 2033 року Міністерства культури та інформаційної політики «Україна 2033. Трансформація за 10 років» охарактеризовані як «публічні мультифункційні простори (бібліотека, кіноконцертний зал, музей, тощо) у громадах для згуртованості спільнот через культурні та дозвіллєві практики» [31]. Бібліотека як мультифункційний простір загалом є трендом у сучасних підходах до розгляду публічної бібліотеки крізь вектор надання культурних послуг.

У цьому контексті цікавим та корисним є і наступний проєкт – «***Чотири простори бібліотеки: інноваційна модель діяльності» (2020)***. Розроблений

ВГО Українська бібліотечна асоціація, він здобув перемогу в грантовій програмі Українського культурного фонду в межах напряму посилення мереж у сфері культури. Мета проєкту – «допомогти бібліотекарям та представникам органів місцевого самоврядування об'єднаних територіальних команд, які відповідають за надання культурних послуг населенню, створити принципово нові публічні бібліотечні простори та наповнити їх інноваційними бібліотечними і культурними послугами». У межах проєкту була розроблена інноваційна модель бібліотеки як поєднання чотирьох просторів: простір навчання, простір натхнення, місце зустрічі та простір подій. Матеріали подані в електронному виданні з рекомендаціями, як практично організувати роботу публічної бібліотеки в умовах трансформацій. Посібник містить рішення щодо дизайнерського оформлення просторів, описані послуги та сервіси, якими можна наповнити ці чотири простори. До написання посібника були долучені експерти з Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого [32, 33].

У ***2020*** році УБА також реалізувала проєкт «***Спроможні бібліотеки сприяють досягненню Цілей сталого розвитку ООН до 2030 року***», що імплементувався в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки урядів Данії, Швеції та Швейцарії.

Основною метою проєкту було підвищення інституційної спроможності десяти обраних за внутрішнім конкурсом бібліотек Донецької та Луганської областей.

Проєкт передбачав навчання бібліотекарів основам стратегічного управління, у результаті чого спільно з місцевими громадськими активістами були розроблені стратегії діяльності бібліотек та актуальні плани бібліотечних заходів з урахуванням потреб громади. Окремим компонентом тренінгів були напрями діяльності бібліотек для досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР), завдяки чому в кожній бібліотеці за підтримки громадських організацій впроваджена одна нова бібліотечна послуга, яка покращувала якість життя в місцевій громаді. Наприклад:

- Офіс екологічної просвіти (смтТроїцьк);
- Консультаційний пункт для сімей з дітьми «Діти граються – батьки навчаються!» (м. Соледар);
- Школа медіаграмотності (м. Волноваха);
- English club «ABC kids» (смт Сіверськ);
- Простір здоров'я «Твоя енергія» (м. Лисичанськ);
- Квест-лабораторія у бібліотеці (м. Добропілля);
- Школа ековолонтера «Екослід» (м. Краматорськ);
- Цифрова та медіаграмотність – людям старшого віку (м. Попасна);
- Стежками історичних і природничих пам'яток Новоайдарщини (смт Новоайдар);
- CommunityLAB — платформа для релаксу, психологічного розвантаження (смт Станиця Луганська) [34].

Реалізація проєкту дала змогу бібліотекарям сформувати нові професійні та громадянські цінності, відчути відповідальність за стратегію діяльності

бібліотеки як центру громади, набути нового досвіду в площині комунікації та співпраці із членами громади. У межах проєкту було також розроблено безкоштовний онлайн-курс «Бібліотеки в досягненні Цілей сталого розвитку» [35].

Проєкт «***Розвиток бібліотек як хабів активних громадян*» *(2021–2022)*** (Growing Active Citizens Hubs) впроваджувався Progress Foundation (Румунія) за фінансової підтримки Європейського Союзу та Чорноморський фонд регіонального співробітництва, а проєкт Німецького фонду Маршалла США у Вірменії, Молдові, Румунії та Україні за допомогою регіональних партнерів: ВГО Українська бібліотечна асоціація, Луганська ОУНБ та ЦБС для дорослих м. Львова (Україна), Lori Regional Library (Вірменія); «Dimitrie Cantemir» Public Library from Ungheni, «IPS Antonie Plamadeala» Public Library from Hincesti & Library Association (Республіка Молдова); «G. T. Kirileanu» Neamt County Library & «Antim Ivireanul» Valcea County Library (Румунія). Ключовим у проєкті було бачення, що «місцеві громадські та неурядові організації допомагають розвитку здорового демократичного середовища та міцних громад. Публічні бібліотеки надають місцевим громадським активістам підтримку для ефективної громадської участі» [37]. Цей проєкт мав сприяти «формуванню Чорноморської регіональної мережі підтримки розвитку громад, створюючи активне партнерство між публічними бібліотеками та місцевими громадськими організаціями» [37]. У межах проєкту сім бібліотекарів із чотирьох країн Чорноморського регіону (Вірменії, Молдови, Румунії та України) мали співпрацювати та ділитися кращими практиками, а також викликами щодо залучення та розширення прав і можливостей місцевих громад, сприяти громадським обговоренням, активізації громадянського поступу мешканців. За концепцією проєкту, у трьох країнах набутий досвід буде поширюватися на національному рівні. А діяльність регіональної мережі підтримки розвитку громад зі спільними ресурсами забезпечить поширення і використання прогресивного досвіду та стратегій в усьому Чорноморському регіоні [36]. Проєкт було розпочато, проте повномасштабне вторгнення рф внесло свої корективи. Проєкт став інформаційно-комунікаційним майданчиком. «З початку повномасштабного вторгнення публічні бібліотеки Львова долучалися до онлайнових мережувань, де розповідали колегам з інших країн про досвід подолання гуманітарної кризи внаслідок війни рф проти України – передусім про роботу з внутрішньо переміщеними особами, допомогу нашим військовим, проведення заходів з інтеграції українців, які втратили домівки, у Львівську громаду» [37].

Проєкт ***Економічний RESTART (2022–2023)*** був реалізований у партнерстві з агенцією економічного розвитку PPV Knowledge Networks. Він спрямований на підтримку креативного підприємництва в деокупованих та прифронтових громадах. Простором для надання цієї підтримки стали саме бібліотеки (Чернігівська міська бібліотека імені М. Коцюбинського, Ніжинська центральна міська бібліотека, Прилуцька міська центральна бібліотека ім. Л. Забашти, Сумська міська центральна бібліотека імені Т. Шевченка, Тростянецька публічна бібліотека), які за результатами проєкту трансформувалися в центри підтримки і розвитку молоді та креативних підприємців [38].

Усі розглянуті проєкти були спрямовані на розвиток бібліотек України в контексті сучасних світових бібліотечних трендів, а також на навчання з підвищення кваліфікації бібліотечних працівників.

Сучасні публічні бібліотеки здебільшого розвивалися як соціокультурні установи, спрямовані на забезпечення вільного доступу користувачів до інформації, а також створення умов для навчання, досліджень, творчості і громадської діяльності.

## *Висновки*

Інноваційні зміни в публічних бібліотеках України у XXI столітті безпосередньо пов'язані з процесами цифровізації суспільства. Сучасні вітчизняні публічні бібліотеки – це соціокультурні установи, «мультифункційні публічні культурні простори», що сприяють розвитку громади й особистості, надають інформаційні, освітні та культурно-мистецькі послуги, інтегрують користувача в цифрове суспільство.

Попри активні бойові дії, ракетні загрози, руйнування як приміщень бібліотек, так і критичної інфраструктури регіонів, що безпосередньо впливають на діяльність усіх установ та життєдіяльність громадян, публічні бібліотеки України продовжують працювати з орієнтацією на світові тренди, зокрема, використовуючи можливості інформаційно-комунікаційних технологій, створюючи інтернет-ресурси та запроваджуючи цифрові послуги.

Комплексні практико орієнтовані бібліотекознавчі дослідження, узагальнення наявної бібліотечної практики, проєктна (грантова) діяльність бібліотечних установ мають сприяти виробленню нових адаптованих та затребуваних моделей вітчизняних публічних бібліотек, які б відповідали вимогам часу та потребам користувачів.

Варто також пам'ятати, що інноваційні зміни в бібліотеці здійснюють її працівники, що актуалізує питання професійної бібліотечної освіти, підготовки та підвищення кваліфікації бібліотекарів, формування їх професійної самосвідомості. Важливу роль у розробці, стратегічному плануванні та впровадженні інновацій у діяльність публічних бібліотек України відіграє ВГО «Українська бібліотечна асоціація» (УБА), яка згуртовує активну професійну спільноту, є простором для професійного спілкування, навчання та самовдосконалення.

### *Список використаних джерел*

1. Про інноваційну діяльність: Закон України. Документ 40-IV, чинний, поточна редакція. Редакція від 31.03.2023, підстава – 2849-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text (дата звернення: 25.03.2024).

2. Скнарь В., Хіміч Я., Шевченко І. Напрями діяльності Центру безперервної інформаційно-бібліотечної освіти. *Бібліотечна планета*. 2003. № 3. С. 30–31.

3. Інтернет-центр. LEAP «Інтернет для читачів публічних бібліотек». *Хмельницька обласна універсальна наукова бібліотека. Наші проєкти*. URL: http://ounb.km.ua/ic/leap.php (дата звернення: 25.03.2024).

4. Бібліоміст. *Українська бібліотечна енциклопедія.* URL: https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%91%D1%96%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82 (дата звернення: 25.03.2024).

5. Пашкова В. С., Шевченко І. О., Хіміч Я. О. Публічні бібліотеки як місце доступу громадян до інформаційних технологій та інтернету : матеріали дослідження / Українська бібліотечна асоціація. Київ : [б. в.], 2008. 127 с.

6. Головний тренінговий центр. *Українська бібліотечна асоціація* URL: https://ula.org.ua/en/posluhy/holovnyi-treninhovyi-tsentr (дата звернення: 25.03.2024).

7. Видання. *Українська бібліотечна асоціація*. URL: https://ula.org.ua/259-publikaciyi/vidannya (дата звернення: 25.03.2024).

8. Хіміч Я. О. Інноваційні зміни в бібліотеці на основі проектного, кадрового менеджменту та ініціативної діяльності бібліотек : посіб. для бібліотекарів за програм. підвищ. кваліфікації. Київ : Самміт-книга, 2012. 88 с. URL: https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00JGZP.pdf (дата звернення: 25.03.2024).

9. Маніфест Української бібліотечної асоціації «Бібліотеки в умовах кризи» прийнято. *Українська бібліотечна асоціація*. URL: https://ula.org.ua/en/news-2/3134-manifest-ukrainskoi-bibliotechnoi-asotsiatsii-biblioteky-v-umovakh-kryzy-pryiniato (дата звернення: 25.03.2024).

10. Стратегія розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 року «Якісні зміни бібліотек задля забезпечення сталого розвитку України». Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 219-р. *Верховна Рада України. Законодавство України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/219-2016-%D1%80#Text (дата звернення: 25.03.2024).

11. Проєкт «Мережа пунктів доступу громадян до офіційної інформації». *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/302-proekt-merezha-punktiv-dostupu-gromadyan-do-oficiynoyi-informaciyi (дата звернення: 25.03.2024).

12. Мережа пунктів доступу громадян (ПДГ) до інформації органів державної влади у бібліотеках України. Інформаційний лист. URL: https://govinfolibrary.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/03/info_ caps_network_july_30_2013_8852.pdf (дата звернення: 25.03.2024).

13. Публічні бібліотеки – мости до е-урядування. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти.* URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/1036-publichni-biblioteki-mosti-do-e-uryaduvannya (дата звернення: 25.03.2024).

14. Публічні бібліотеки – мости до електронного урядування. *Українська бібліотечна асоціація.* URL: https://www.youtube.com/watch?v =Q2Mj7SVZE0M&t=85s (дата звернення: 25.03.2024).

15. Проєкт «Бібліотеки і виборчий процес: навчаємо бібліотекарів і виборців конституційних прав». *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/2990-proekt-biblioteky-i-vyborchyi-protses-navchaiemo-bibliotekariv-i-vybortsiv-konstytutsiinykh-prav (дата звернення: 25.03.2024).

16. Бібліотеки і виборчий процес: навчаємо бібліотекарів і виборців конституційних прав. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OJhDsc8I8KU&t=7s (дата звернення: 25.03.2024).

17. Проєкт «Бібліотека – громада: відкритий простір». *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти.* URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/2899-proekt-biblioteka-hromada-vidkrytyi-prostir (дата звернення: 25.03.2024).

18. Все про Європу у бібліотеках. Громадській європейський майданчик. URL: https://eulib.ula.org.ua/ (дата звернення: 25.03.2024).

19. Центри європейської інформації в бібліотеках: технологія створення та механізми популяризації інформації про ЄС та євроінтеграцію України : навчально-методичний посібник для бібліотекарів. Київ : УБА. 2016. 78 с. URL: https://eulib.ula.org.ua/resursi/posibnik (дата звернення: 25.03.2024).

20. Проєкт «Активні громадяни». *Молодіжна секція Української бібліотечної асоціації Твоя територія успіху.* URL: https://molod.ula.org.ua/osvitnij-napryam/proekt-aktivni-gromadyani (дата звернення: 25.03.2024).

21. Проєкт «Активні громадяни». *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/3222-proekt-aktyvni-hromadiany (дата звернення 25.03.24)

22. Містки громадської активності. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/3467-mistky-hromadskoi-aktyvnosti (дата звернення: 25.03.2024).

23. Картування громад в Україні : практичний посібник / автори-укладачі: Я. Мінкін, Ю. Антощук, G. Demel ; редколегія: Я. Сошинська, M. Krasowska-Igras ; Українська бібліотечна асоціація ; Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. Київ : УБА. 2017. 111 с. URL: https://ula.org.ua/259-publikaciyi/vidannya/3813-kartuvannia-hromad-v-ukraini (дата звернення: 25.03.2024).

24. Lib4You. Путівник бібліотеками України. URL: https://lib4you.org.ua/ (дата звернення: 25.03.2024).

25. Дія. Цифрова освіта. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/4488-diia-tsyfrova-osvita (дата звернення: 25.03.2024).

26. Вебінар для бібліотекарів «Дія. Цифрова освіта». Освіторія. URL: https://www.youtube.com/watch?v=p-OhYXWrKmw&t=1251s (дата звернення: 25.03.2024).

27. Мережа хабів. *Дія. Освіта.* URL: https://osvita.diia.gov.ua/hubs (дата звернення: 25.03.2024).

28. Бібліотеки – Хаби цифрової освіти : практичний посібник / автори-укладачі: О. Бруй, Т. Козицька, Г. Маційовська, С. Моісєєва, І. Шевченко ; заг. ред. Я. Сошинської ; ВГО Українська бібліотечна асоціація ; Проєкт підтримки Дія. Електрон. вид. Київ : ВГО Українська бібліотечна асоціація. 2023. 116 с. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/undp-ua-libraries_-_hubs_of_digital_education.pdf (дата звернення: 25.03.2024).

29. Твори культури: бібліотечні інноваційні послуги. URL: https://library.chytomo.com/ (дата звернення: 25.03.2024).

30. Дизайн-мислення для бібліотекарів. URL: https://library.chytomo.com/ (дата звернення: 25.03.2024).

31. Програма трансформації культури під час війни та до 2033 року Міністерства культури та інформаційної політики «Україна 2033. Трансформація за 10 років». URL: https://drive.google.com/file/d/1wldYbDn4wfx VNCkQqVC2nY3H52_jSewr/view?pli=1 (дата звернення: 25.03.2024).

32. Чотири простори бібліотеки: інноваційна модель діяльності. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти*. URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/4600-chotyry-prostory-biblioteky-innovatsiy-na-model-diialnosti (дата звернення: 25.03.2024).

33. Чотири простори бібліотеки: модель діяльності : практичний посібник / автори-укладачі: О. Бояринова, О. Бруй, Л. Лугова, Я. Сошинська, І. Шевченко ; Українська бібліотечна асоціація. Київ : ВГО Українська бібліотечна асоціація, 2020. 104 с. URL: https://ula.org.ua/259-publikaciyi/vidannya (дата звернення: 25.03.2024).

34. Спроможні бібліотеки сприяють досягненню Цілей сталого розвитку ООН до 2030 року. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти.* URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/4559-spromozhni-biblioteki-spriyayut-dosyagnennyu-tsilej-stalogo-rozvitku-oon-do-2030-roku (дата звернення: 25.03.2024).

35. Бібліотеки у досягненні Цілей сталого розвитку. *ВУМ online*. URL: https://vumonline.ua/course/libraries-in-achieving-sustainable-development-goals/ (дата звернення: 25.03.2024).

36. Розвиток бібліотек як хабів активних громадян. *Українська бібліотечна асоціація. Проєкти.* URL: https://ula.org.ua/pro-nas/proiekty/4929-rozvytok-bibliotek-iak-khabiv-aktyvnykh-hromadian (дата звернення: 25.03.2024).

37. Публічні бібліотеки Львова як хаби активних громадян. *Українська бібліотечна асоціація. Архів новин.* 24.05.2022. URL: https://ula.org.ua/novyny-ta-podii/novyny/5020-publichni-biblioteky-lvova-iak-khaby-aktyvnykh-hromadian (дата звернення: 25.03.2024).

38. Економічний RESTART: підтримка креативного підприємництва в деокупованих та прифронтових громадах (в бібліотеках). URL: https://info.ppv.net.ua/economic_restart/ (дата звернення: 25.03.2024).

***Цитування розділу 10:*** Хіміч Я. О. Роль інноваційної діяльності публічних бібліотек україни в системі безперервної інформаційно-бібліотечної освіти. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 187–203.

# Розділ 11

# АДВОКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ В ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Адвокація поступово увійшла в життя бібліотечної спільноти і сьогодні є одним з важливих напрямів бібліотечно-інформаційної діяльності із захисту інтересів бібліотек та підвищення їхнього іміджу в українському суспільстві.

В останні десятиліття діяльність бібліотек характеризується значною різноманітністю підходів до вирішення актуальних питань бібліотечно-інформаційної галузі. Переважна більшість проблем є типовими, оскільки вони викликані потребами глобалізованого інформаційного суспільства та, зокрема, місцевих громад.

Недооцінка ролі бібліотек у суспільних перетвореннях та забезпеченні прав і свобод людини призводить до неефективної реалізації їхнього потенціалу як соціальних інституцій в умовах розвитку громадянського суспільства.

Одна з проблем полягає в необізнаності громади, уряду, суспільства загалом про можливості сучасної бібліотеки, про ті продукти й послуги, які може надавати сучасна бібліотека, можливості створення комфортного для користувачів інформаційно-бібліотечного середовища та ін. У вирішенні цілої низки проблемних питань може допомогти саме комплекс дій з адвокації.

Явище адвокації виникло в результаті потреби суспільства реагувати на гострі соціальні проблеми та вироблення комплексної відповіді на систематичні негаразди чи кризи. Саме тому сьогодні в Україні та світі бібліотечна адвокація набуває особливого значення.

Для зміни ставлення суспільства й окремих його громадян до бібліотек необхідно, щоб сучасна бібліотека відповідала тим викликам, які сьогодні ставить глобалізоване інформаційне суспільство, базоване на знаннях. Бібліотека має забезпечити своїм громадянам вільний і рівноправний доступ до будь-яких видів документів незалежно від їх місця знаходження. Змінити імідж бібліотеки в суспільстві, зробити її більш привабливою можливо за умов надання якісних інформаційних послуг, створення сучасної матеріальної бази і підвищення рівня кваліфікації працівників бібліотек, здатних використовувати інноваційні технології і методики.

## 11.1. Теоретико-методичні засади адвокації бібліотек: зміст поняття

Термін ***адвокація*** (як і «адвокат») походить від латинських *ad* – «тут, в даний момент» і *voca* – «кликати, закликати», тобто «заклик стати на ваш бік»; у сучасному трактуванні є похідним від англійського полісемічного слова *advocacy* – рекомендація, підтримка, аргументація, просування чогось [5].

Як особлива соціальна технологія *адвокація* зародилася за часів стародавніх Греції і Риму, коли визнані оратори (ритори) перебирали на себе обов'язки адвокатів і закликали до суспільно значущих дій відповідно до їхніх переконань,

поглядів, норм права. Відтак адвокація здебільшого асоціюється з правовими питаннями та юриспруденцією [8].

У наші часи адвокація і її базові принципи спочатку сформувалися у США, поширившись згодом у демократичному світі у розумінні систематичної діяльності, спрямованої на представництво і захист прав та інтересів певної соціальної чи професійної спільноти, коли громадяни та громадські організації висловлюють стурбованість щодо порушення власних прав, а також вдаються до активних законних дій задля їх захисту. Адвокацію слід тлумачити і як спосіб актуалізувати та винести певну гостру проблему на розгляд владних кіл і забезпечити її вирішення зусиллями максимально широкого кола соціальних груп та окремих особистостей. Однією із цілей адвокації є також підвищення обізнаності суспільства про існування конкретної проблеми та можливі шляхи її розв'язання [9].

У бібліотечній сфері адвокацію започатковано передусім завдяки діяльності Американської бібліотечної асоціації, згодом – бібліотечних асоціацій інших країн, які опікуються питаннями захисту бібліотек та підвищення їхнього іміджу, проводять національні тижні та інші адвокаційні заходи на підтримку бібліотек та інтересів бібліотечноїгромади. Значну увагу цим питанням приділяє і Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій та установ (ІФЛА), яка у 2010 році започаткувала адвокаційну кампанію «Бібліотека – на порядку денному», що мала на меті підвищення обізнаності громадськості та урядовців щодо значущості й ролі бібліотек у сучасному суспільстві.

В Україні поняття «адвокація» набуло застосування від початку 2000-х років; зокрема, у 2005 році Міжнародний благодійний фонд «Міжнародний альянс з ВІЛ / СНІД в Україні» (з листопада 2015 р. – Міжнародний благодійний фонд «Альянс громадського здоров'я») для організацій, що опікуються цією проблемою, розробив посібник з метою інформування про методи адвокації та вдосконалення навичок захисту інтересів хворих із цим діагнозом. Проте на той час заходи з адвокації в Україні мали епізодичний і несистемний характер [10].

Поняття «адвокація» у сфері бібліотечної діяльності в Україні пов'язане з реалізацією українсько-американського проєкту Фонду Білла та Мелінди Гейтс «Глобальні бібліотеки», який отримав назву «Бібліоміст» і набув поширення з 2008 року. Впровадження проєкту здійснювалося з метою надання допомоги публічним бібліотекам у забезпеченні безкоштовного доступу громадянам України до сучасних інформаційних технологій. Проєкт реалізовувала Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у партнерстві з Українською бібліотечною асоціацією (УБА). Відповідно було розроблено *Програму УБА з адвокації на 2009–2013 роки* під гаслом *«Через бібліотеки – до знань»* (*2008*), що мала на меті привернути увагу суспільства й влади до бібліотек, поліпшити імідж книгозбірень серед користувачів, урядових і громадських структур тощо. 2008 року також було створено *секцію УБА з адвокації* з метою консолідувати зусилля членів цієї громадської організації, спрямовані на представлення та захист інтересів українських бібліотек і їх користувачів [6].

Згодом постала потреба розробити програму з адвокації, що мала на меті сприяти впровадженню нових соціальних нормативів бібліотечного обслуговування в умовах утворення об'єднаних територіальних громад. Саме це завдання

визначило мету наступної *Програми УБА з адвокації на 2017–2021 роки «Дієва бібліотека – успішна громада!»* (*2016*) [11].

Аналіз публікацій засвідчив, що проблеми адвокації в теоретичному контексті вітчизняні дослідники практично не вивчали. Теоретичні аспекти адвокаційної діяльності вперше в Україні почали досліджувати С. Барабаш, В. Загуменна, В. Пашкова.

Так, В. Загуменна і С. Барабаш у перших своїх публікаціях щодо адвокації розглядали понятійний апарат, основні види, методи й інструменти адвокації, перспективи розвитку адвокаційної діяльності в Україні [4, 5]. В. Пашкова досліджувала питання захисту прав та інтересів бібліотечних працівників національними бібліотечними асоціаціями та інші питання, акцентуючи на цінностях і принципах, що мають сповідувати бібліотечні фахівці [1, 14]. Л. Пугач, аналізуючи питання адвокаційної діяльності, намагається розглядати адвокацію з позицій іміджеології та комунікаційних підходів у вирішенні окремих проблем бібліотечно-інформаційної діяльності [15, 16].

Те, що бібліотечна адвокація на часі, свідчить і той факт, що в Україні вийшла низка практичних посібників, присвячених адвокаційній діяльності. Це два посібники В. Загуменної: для тренерів з бібліотечної адвокації, а також для бібліотекарів за програмою підвищення кваліфікації. Це посібник спеціаліста з адвокації В. Кучереносова щодо реалізації плану адвокаційної кампанії, а також методичний посібник Запорізької обласної універсальної наукової бібліотеки з адвокаційної діяльності [2; 6; 7; 13] та ін.

У посібнику «Адвокація у бібліотечній сфері» зазначено, що слово «адвокація» походить від англійського advocacy (дієслово to advocate), яке можна перекласти як рекомендація, підтримка, аргументація, просування чогось. Адвокацію розглянуто як процес, спрямований на зміну політики, законів і практик, які використовують впливові люди, групи та заклади [1].

У посібнику для бібліотекарів В. Загуменної «Адвокація: представлення інтересів бібліотек» поняття «адвокація» тлумачено «як сплановану, ретельно розроблену й послідовну діяльність щодо підвищення обізнаності в певній важливій для бібліотек проблемі урядовців, потенційних партнерів, грантодавців, суспільства загалом; це діяльність, що має на меті захист і просування прав та інтересів громад чи окремих груп населення» [6].

Я. Хіміч адвокацію визначає як «діяльність із захисту прав та інтересів громадян шляхом участі їх у процесі прийняття рішень, націлену на зміну політики влади на місцевому і / чи державному рівні» [19].

Окремі фахівці ототожнюють адвокацію з такими видами діяльності, як лобіювання, зв'язки з громадськістю (PR), комунікація, маркетинг, фандрейзинг та ін. Однак кожне із цих понять стосується здебільшого тактики, яку обрали бібліотеки в конкретній адвокаційній кампанії. Наведемо визначення деяких з них.

Так, ***лобіювання*** визначено як діяльність зацікавлених осіб, яка сприяє прийняттю органами влади тих чи інших рішень з використанням неформальних комунікацій в органах влади. Лобіювання розглянуто як форму адвокації, яка передбачає прямий «вихід» на законодавців з питань, що представляють інтереси

окремих соціальних груп. Лобіювання спрямоване на уряд та його лідерів з метою впливу на політичних діячів і вирішення певних питань [17].

***Зв'язки з громадськістю*** представлено як самостійну функцію менеджменту зі встановлення і підтримки комунікацій між організацією і громадськістю; форму управління суспільними зв'язками і структуру, яка організовує ці відносини, що є важливим у контексті діяльності бібліотеки. Зв'язки з громадськістю підвищують обізнаність про проблему шляхом залучення засобів масової інформації та передбачають використання будь-яких медіазаходів, за винятком платної реклами. Метою піару є привернення уваги до актуальних питань бібліотек. Як правило, це здійснюється шляхом переконання через засоби масової інформації з метою забезпечення інформаційної підтримки вирішення проблеми і допомогти цільовій аудиторії зрозуміти позицію бібліотечної спільноти щодо питання [4].

***Маркетинг*** як діяльність організації з позиції споживача може бути використана для заохочення конкретної цільової аудиторії до використання нових послуг або послуг, що не користуються значним попитом. Публічні бібліотеки, як правило, використовують маркетинг з метою збільшення загальної кількості відвідувань бібліотеки або реклами певних послуг [19].

***Фандрейзинг*** спрямований на залучення ресурсів для реалізації проєктів та / або підтримку існування організації, успішне переконання інших у тому, що діяльність саме конкретної бібліотеки заслуговує підтримки [8] та ін.

Можемо констатувати, що всі перелічені вище компоненти у своїй взаємодії становлять сутність адвокації та відіграють важливу роль у здійсненні успішної адвокаційної кампанії.

Отже, на основі аналізу термінології та різних підходів щодо сутності адвокації та її застосування в бібліотечній галузі сформулюємо таке визначення поняття «***адвокація в бібліотечній сфері»***, а саме: *це комплексна систематична діяльність, скерована на представництво та захист інтересів бібліотек, бібліотекарів та користувачів, на отримання підтримки та розуміння з боку влади, громади та суспільства загалом; заходи з позиціонування, просування бібліотек як важливого соціального інституту та підвищення іміджу й ролі книгозбірень у суспільстві* [9].

## 11.2. Мета адвокації та її структурні компоненти

Відповідно до запропонованого визначення адвокації, сформулюємо її ***мету.*** Це:

– представництво та захист інтересів бібліотек, бібліотекарів і користувачів з метою отримання підтримки та розуміння з боку влади, громади й суспільства загалом;

– позиціонування та просування бібліотек як важливого соціального інституту та підвищення іміджу й ролі книгозбірень у суспільстві.

Як зазначено вище, явище адвокації виникло в результаті необхідності реагувати на гострі соціальні проблеми чи вироблення комплексної відповіді на систематичні негаразди чи кризи. Особа (організація), яка потрапила у скрутне

становище чи усвідомлює існування певної проблеми, не завжди має змогу вирішити проблему самостійно. Тому виникає необхідність пошуку і впливу на того, кому підвладне вирішення проблеми [12].

Важливо сконцентрувати зусилля саме на тих особах, які можуть допомогти досягнути поставлену мету. Осіб, що приймають рішення або можуть впливати на їхнє прийняття, називають ***мішенями***.

Ознайомившись з видами мішеней, визначають свою аудиторію. Намагання донести ідеї до всіх не буде мати очікуваного результату. Саме тому важливим моментом є врахування як вже наявних, так і потенційних цільових аудиторій.

Важливість адвокації полягає в тому, що вона дає шанс людям висловити свою думку про певні речі, які мають вплив на їхнє життя. Адвокація дає можливість громадянам брати участь у прийнятті рішень, зосереджує увагу на особистостях та їхніх правах, надає право вибору; орієнтує сферу послуг на потреби користувачів, покращує життя людей [19].

Адвокація включає такі структурні ***компоненти:***

- *змістовний* (ідеї, цінності, переконання, якими учасники процесу адвокації керуються у своїх діях);
- *стратегічний і процесуальний* (стратегія і тактика адвокації, менеджмент і контроль процесу, технологічні аспекти);
- *людський* (комунікація між учасниками процесу адвокації, їх мотивація, самовіддача);
- *ресурсний* (матеріальні, технічні, інформаційні, комунікаційні ресурси, що дозволяють забезпечувати безперервність процесу);
- *інформаційно-освітній* (інформація, аналітичні продукти, передача знань);
- *часовий* (обмеження в часі будь-яких дій із захисту суспільних інтересів) [4].

Адвокацію можна розподілити на такі ***види***:

- *Самоадвокація* – захист своїх прав, думок та інтересів, тобто самозахист.
- *Громадська адвокація* – коли хтось заступається за іншого, але обов'язково за його згодою.
- *Юридична адвокація* – коли людина, маючи досвід у юридичній сфері, допомагає захистити права інших. Це може бути, наприклад, адвокат, юрисконсульт.
- *Колективна адвокація* – люди із подібними інтересами спільно виступають у лобіюванні певного питання.
- *Адвокація «однодумців»* – хтось, маючи аналогічний досвід, захищає інтереси іншого.

В адвокації прийнято виділяти такі основні ***напрями*:**

***1*** – відстоювання та захист справедливих інтересів осіб або груп;

***2*** –закріплення та просування нових суспільних і громадських ідей, цінностей, норм*;*

***3 –*** це представлення інтересів бібліотек, бібліотекарів і користувачів.

Адвокацію характеризують такі ***засадничі положення***:

- *Представництво* – давати людям шанс, щоб вони самі чи інші особи / групи могли представляти їх на всіх рівнях.

• *Доступ* – надавати людям доступ до інформації, професійної підтримки, ресурсів, незалежної адвокації і процедури скарг.

• *Ресурси* – забезпечувати населення інформацією про альтернативі джерела, наприклад громадськість, групи самодопомоги та інші мережі.

• *Інформація* – ділитися інформацією та робити її повністю доступною в різних форматах. Інформувати людей і водночас поважати конфіденційність.

• *Вибір* – давати людям інформацію про доступні варіанти й підтримувати їх у виборі.

• *Прийняття* – приймати і поважати погляди, думки, потреби й досвід інших.

• *Вміння слухати* – вміти слухати без засудження [6].

## 11.3. Планування адвокаційної кампанії

Адвокація може бути як спонтанною, так і спланованою та систематичною. Саме спланована систематична адвокація є найбільш продуктивною і дає більше шансів на проведення успішної кампанії з адвокації.

Адвокаційна кампанія – це комплексний захід з відстоювання та захисту справедливих інтересів та просування нових суспільних ідей, цінностей, норм. Вона, як правило, проводиться за необхідності змінити ставлення цільової аудиторії бібліотеки з метою вирішення конкретних питань [5].

Базуючись на теоретичних засадах адвокації та практичній діяльності бібліотек, пропонуємо певну схему дій з адвокації, тобто відповідні кроки, що допоможуть у плануванні адвокаційної кампанії.

**Крок 1. Вибір проблеми (питання), з яка потребує вирішення.**

Слід чітко визначити проблему (тему). Тем досить багато, і всі одночасно вирішити неможливо. Намагатися вирішити всі проблеми – невдячна справа. Тому теми варто згрупувати. Бажано визначити *наслідки* для громади і суспільства загалом, *до яких можуть спричинити невирішені проблеми*. Наприклад, відсутність інтернету в бібліотеці обмежить доступ до інформації громадян міста (села); зокрема, молодь буде позбавлена можливості проведення дозвілля, що може призвезти до дитячої злочинності й ін.

**Крок 2. Аналіз і дослідження проблеми/питання.**

На цьому етапі слід виявити причини проблеми (створити «дерево причин»). Наприклад, проблема не вирішується через відсутність фінансування; влада не розуміє роль бібліотеки в сучасному суспільстві тощо. Слід зосередити увагу на тих проблемах, які можна вирішити та проаналізувати можливості їх вирішення.

Адвокаційна кампанія мусить мати *гасло чи ідею*, яка коротко й чітко окреслює її мету. Цю головну ідею слід постійно повторювати. Її можна висловлювати в розмові, на співбесіді або під час презентації в групах. Формулювання повинно бути таким, щоб його можна було легко вимовляти та запам’ятати – не більше 15 слів [2].

**Крок 3. Постановка конкретних цілей (завдань) роботи з адвокації.**

Визначені завдання мають відповідати вимогам SMART:

Specific – конкретні, чітко сформульовані цілі;

Measurable – підлягають вимірюванню;
Appropriate – відповідають вирішенню проблеми;
Realistic – реалістичні;
Time-bound – обмежені в часі.

**Крок 4. Мішені адвокації та їх визначення.**

Мішенями є ті особи, хто приймає рішення і ті, на кого можна здійснювати вплив. Визначення мішеней є складним і важливим завданням. Для цього важливо знати, які існують мішені. Серед них:

***Основна(і) –*** це особа, яка здійснює найбільший вплив на прийняття рішень. Потрібно знати, хто ця особа і як впливати на її рішення.

***Альтернативні*** – це ті, хто є конкурентами основної мишені, але не настільки впливові. При проблемному спілкуванні з основною мишенню потрібно збудувати альтернативний блок при підтримці альтернативної мишені для забезпечення прийняття рішення на свою користь.

***Офіційні*** – керівники органів влади, до яких офіційно звертаються (можуть збігатися з основною мішенню).

***Доступу*** – це ті, хто може дати доступ до основної мішені. Ця особа може бути водієм, адміністративним працівником, чоловіком (дружиною), далекою рідною основної мішені.

***Підтримки*** – це ті, хто також грає певну роль у процесі прийняття рішень, але не достатньо впливові. Це ті, які можуть демонструвати певну підтримку (або супротив) основній мішені.

***Опозиції (опоненти)*** – це ті, хто не буде підтримувати вашу позицію і зусилля під час роботи над обраною темою. Вони перебувають у континуумі між тими, хто довіряє вам і погоджується, що слід порушити тему, але не погоджується з вашим підходом, і тими, хто з іншого боку, просто не довіряє вам і взагалі не згодні з обраною вами темою [6].

**Крок 5. Побудова відносин з мішенями, партнерами та зацікавленими сторонами.**

Своєрідною групою підтримки бібліотеки є ***партнерські організації.*** Це можуть бути місцеві волонтерські організації, заклади освіти, громадські центри, які, зазвичай, складаються із членів громади – активних та ініціативних прихильників бібліотеки. Найчастіше партнерські організації в США займаються фандрейзингом, книжковим розпродажем, адвокацією, наданням волонтерських послуг бібліотекам, фінансуванням спеціальних проєктів.

***Партнерські організації*** є ключовими союзниками в питанні адвокаційних заходів, розрахованих на отримання фінансування від місцевої влади. Вони завжди мають бути залучені до стратегічного планування.

***Зацікавлені сторони*** – ті, що безпосередньо зацікавлені у вирішенні проблеми. Це можуть бути політики, посадовці, керівники освітніх закладів, громадські організації, що захищають інтереси певних груп населення, спонсори тощо [2].

**Крок 6.** Успішна діяльність з адвокації вимагає **виявлення відповідних ресурсів (людських і матеріальних).**

До людських можна віднести як постійних співробітників бібліотеки, так і добровольців. Матеріальні ресурси передбачають наявність комунікаційних технологій, обладнання та інших матеріальних ресурсів.

До ресурсів слід віднести *інформацію* та *корисні ідеї*, а також засоби масової інформації; поширення інформації через соціальні мережі, інші активи, які можна використовувати для підтримки кампанії.

**Крок 7. Створення робочого плану адвокаційної кампанії**.

План має містити точний розклад заходів, хто за них відповідає, термін виконання та ін. Робочий план має бути узгоджений зі стратегією бібліотеки. Тому важливим є визначетення стратегії спілкування, а саме:

- Хто ваша аудиторія?
- Який спосіб донести інформацію до цільової аудиторії є найкращим – преса, радіо, телебачення, листування або щось інше? Яке враження хочете справити? Чи буде це ефективною частиною вашої загальної комунікації?
- Коли настає кінцева дата виконання кампанії? Чи буде ідея поширена вчасно для того, щоб отримати очікуваний результат?
- Скільки це коштуватиме? Чи це найбільш ефективний спосіб витратити наявні кошти?
- Чому це найкраща стратегія для цієї аудиторії? Як плануєте донести цю ідею до громади?

**Крок 8. Здійснення, моніторинг та оцінка проведеної кампанії.**

Це крок, коли планування закінчується і починаються дії з представлення та відстоювання інтересів бібліотеки та її користувачів. Проте слід пам’ятати, що під час здійснення адвокаційної кампанії слід постійно адаптувати та корегувати стратегію, збираючи нову інформацію, реагуючи на зміни, що відбуваються в суспільстві, досягаючи проміжних успіхів, що впливають на уточнення цілей.

## 11.4. Методи та інструменти адвокації

Під час адвокаційної діяльності важливо донести до цільової аудиторії головний меседж, тобто ключове повідомлення.

***Ключове повідомлення*** **–** це повідомлення, яке може переконати основну цільову аудиторію та залучити її на бік бібліотеки [2].

Для підготовки адвокаційної кампанії використовують різні методи. Не існує загальноприйнятих правил їх вибору.

Вибір залежить від багатьох чинників, а саме:

- вибраної як мішені особи (групи осіб);
- предмету адвокаційної діяльності;
- завдань адвокації;
- досвіду й ресурсів вашої організації (коаліції);
- часу проведення адвокаційної кампанії (наприклад політична ситуація або прийняття певного закону тощо).

При виборі методів адвокації необхідно творчо підходити до цього процесу, враховувати сильні і слабкі сторони кожного з них.

Важливо наголосити, що методи поділяють на неконфронтаційні і конфронтаційні, залежно від того, які відносини ми хочемо побудувати, а саме: конфронтаційні чи неконфронтаційні.

***Неконфронтаційні*** методи – це діалоги, комітети, робочі групи, коаліції, зустрічі, пресрелізи, листи, участь у робочих групах, флешмоби тощо.

***Конфронтаційні*** методи – це бойкоти, мітинги, демонстрації, пікети, протести, страйки та ін.

Наведемо перелік окремих методів та інструментів адвокаційної діяльності з їх короткою характеристикою, дотримуючись певних порад при застосуванні деяких з них.

**Листи.** Листи – це найпростіший метод адвокації, але він не завжди найефективніший. Переконайтеся, що ваші листи мають особистий відтінок та що однакові листи не надсилають одній і тій самій особі різні організації та особи.

**Подача документів.** Подача документів зазвичай відбувається до комітетів чи голів комітетів в уряді. Важливо підготувати їх так, щоб чітко довести їхній зміст до тих, кому вони адресовані [2].

**Ділові зустрічі**. Слід з'ясувати, чи є можливість домовитися про ділову зустріч, щоб презентувати справу. Завжди має бути чітко визначена важливість проведення зустрічі та сформована програми та перелік очікуваних результатів від зустрічі. Слід також пам'ятати, що необхідно включити питання, важливі для того, хто приймає рішення.

**Зустріч із політичним діячем**. Зустріч має бути короткою, а подача матеріалу простою. Пам'ятайте, чому ви прийшли на зустріч і що саме бажаєте отримати. Майте чіткі факти. Приходьте вчасно, будьте ввічливими та терплячими. Ніколи не грубіть. Сприймайте питання, яке намагаєтеся вирішити, як особисте. Будьте джерелом корисної інформації. Залиште опис фактів на одній сторінці з вашими контактами. Перед тим, як завершити зустріч, ще раз подякуйте. Підтримуйте зв'язок після зустрічі та будуйте відносини. Створюйте можливості для позитивної реклами – можливість для фотографування, проведення заходів [6].

**Проведення перевірочних візитів / Виїзди на місця**. Запросіть тих, хто приймає рішення, провести перевірочні візити, якщо це доречно. Іноді корисно зробити так, щоб перевірку висвітлювали ЗМІ, тоді у своєму запрошенні можна вказати, що ви також запросили представників преси на перевірочний візит.

**Телефонні дзвінки.** Зробіть так, щоб якнайбільше людей телефонували відповідальній особі. Якщо є можливість, застосовуйте електронну пошту. Намагайтеся зробити так, щоб впливові та добре відомі люди також телефонували. Зрозуміло, що відповідальна особа не завжди буде на місці, тому важливо, щоб ті, хто телефонує, залишали чіткі повідомлення для цієї особи.

**Увага з боку ЗМІ.** Увага з боку мас-медіа є досить важливою під час проведення адвокаційної кампанії: що більш широко буде висвітлена проблема, то краще. Завжди корисно особисто сконтактувати із журналістом, який буде висвітлювати це питання.

Однією з дієвих форм роботи зі ЗМІ є ***пресреліз*** – коротка та конкретна інформація про заходи, які проводить бібліотека. Його готують і подають у

стандартному форматі. Мета пресрелізів – інформувати про важливі події, заходи чи проблеми бібліотеки, до яких варто привернути увагу ЗМІ [2].

***Петиції*** **–** це дієвий шлях показати громадську підтримку вашої справи. Ви можете використовувати петицію, щоб отримати якнайбільше підписів представників громади, які охоплені справою, або можете запропонувати підписати петицію на підтримку вашої справи меншій кількості ключових осіб чи організацій.

**Можливі види громадських зборів.**

*Громадські слухання:*

- велика кількість присутніх;
- презентація підготовлених доповідей;
- низький рівень взаємодії між доповідачами та між доповідачами і слухачами;
- офіційна система нотування коментарів;
- має відповідати вимогам законодавства тощо.

*Громадські збори:*

- найпоширеніший вид зібрань;
- зібрання людей з більш неофіційною атмосферою, ніж на громадських слуханнях;
- більше взаємодії ніж на громадських слуханнях.

**Запитання і відповіді.**

Завдання заходу – поширити інформацію, яка починається з короткої презентації експертів і доповідачів (представників персоналу бібліотеки); потім ставлять питання від «аудиторії» або можуть слідувати коментарі.

**Семінари / круглі столи:**

- дуже висока взаємодія учасників;
- ефективна форма залучення до активної участі – до 25 учасників;
- конкретна тема, наприклад рекомендації чи вибір альтернатив;
- можуть бути питання та коментарі від учасників семінару або круглого столу з подальшим обговоренням.

**Велика група – мала група:**

- розділ великої кількості учасників на малі групи: вони мають «вирішити» поставлені завдання та презентувати результати великій групі;
- інша форма – «самоаканське коло» – внутрішнє коло із 5–6 стільців; той, хто говорить, сідає на стілець чи стає у внутрішньому колі і працює з групою над вирішенням питання.

**Зустріч за кавою:**

- «маленька» приватна зустріч з кавою та тістечками;
- неофіційна обстановка;
- особисті аспекти «проблем» [6] та інші методи.

Також важливо пам’ятати про ***індикатори оцінки***, тобто про кількісні і якісні характеристики, за допомогою яких буде визначено успішність проведеної роботи (вимірюваність).

Упродовж проведення адвокаційної кампанії з метою відслідковування ключових її елементів слід постійно здійснювати ***моніторинг діяльності,*** а саме регулярний збір і фіксацію даних, тобто систематичне дослідження результатів реалізації кампанії.

Як правило, після завершення кампанії, щоб оцінити, наскільки досягнуто мети, здійснюється ***оцінка результатів***.

## 11.5. Роль Української бібліотечної асоціації у відстоюванні інтересів бібліотек. Програми УБА з адвокації

Бібліотеки мають потужний потенціал консолідації суспільства, орієнтації його на дотримання європейських цінностей, сприяння інтеграції України у європейське співтовариство, підвищення якості життя, забезпечення рівного доступу до інформації, знань і культурного надбання. Адміністративно-територіальна реформа активізувала реформування мережі бібліотек, часто не обґрунтованого закриття з порушенням чинного законодавства, що поглибилося після повномасштабного вторгнення росії в Україну.

У Стратегії Української бібліотечної асоціації на 2022–2025 роки зазначено, що «Українська бібліотечна асоціація (УБА) на різних рівнях лобіює та захищає права користувачів бібліотек на бібліотечне обслуговування, безперешкодний і рівноправний доступ до інформації; позиціонує бібліотеки як відкриті простори для освіти, науки, культури, дозвілля, комунікації та громадської активності, розкриваючи цінність бібліотек для суспільства, тобто в такий спосіб здійснює адвокаційну діяльність» [18].

Важливо зазначити, що адвокація завжди була важливим напрямом діяльності Української бібліотечної асоціації. Асоціація завжди приділяла увагу формуванню іміджу бібліотеки в суспільстві, підвищенню престижу бібліотечної професії, захисту прав та інтересів бібліотекарів і користувачів. Ці питання знайшли відображення у *Стратегіях Української бібліотечної асоціації*, а саме: Стратегія УБА на 2010–2014 роки «Зробимо бібліотеку символом демократії»; Стратегія УБА на 2015-2018 роки; Стратегія УБА 2019–2021 роки; Стратегія УБА на 2022–2025 роки «Українська бібліотечна асоціація – Твоя бібліотека – Твоя країна».

Доречно нагадати, що в Україні поняття «адвокація» у сфері бібліотечної діяльності початково пов’язане з реалізацією українсько-американського проєкту фонду Білла та Мелінди Гейтс «Глобальні бібліотеки», який отримав назву «Бібліоміст» і набув поширення з 2008 року. Упровадження проєкту здійснювалося з метою надання допомоги публічним бібліотекам у забезпеченні безкоштовного доступу громадянам України до сучасних інформаційних технологій. Саме в цей період було розроблено першу програму УБА з адвокації «Через бібліотеки – до знань» (2008), метою якої було привернути уваги суспільства та влади до бібліотек, змінити їхній імідж у суспільстві, зробити її більш привабливими для користувачів і бібліотекарів [9]. Це було досягнуто завдяки реалізації відповідних ***цілей,*** а саме:

- ✓ сприяння модернізації матеріально-технічної бази бібліотек в Україні;
- ✓ формування позитивного іміджу бібліотек у суспільстві (цільова аудиторія: користувачі бібліотек, представники владних структур, працівники бібліотек);

✓ підвищення рівня кваліфікації бібліотечних працівників в Україні з метою задоволення потреб користувачів, що постійно змінюються, з урахуванням сучасних інформаційних технологій [6].

За період з 2009 по 2015 роки переважна більшість поставлених програмою завдань була успішно реалізована. Зокрема, за період дії програми ініційовано розробку концепції державних програм «Поповнення бібліотечних фондів» і «Мобільні бібліотеки»; взято участь у громадському обговоренні проєкту «Бібліотека XXI»; розроблено концепцію проведення громадських слухань «Бібліотека – центр громади» в областях України; розроблено Методичні рекомендації Української бібліотечної асоціації до Всеукраїнського дня бібліотек у новому форматі та ін.

Це й різноманітні акції під час заходів УБА на підтримку бібліотек, співпраця з органами влади, зокрема участь у парламентських слуханнях, громадських обговореннях та зустрічах, листи до представників органів влади; літні школи з адвокації, що стали поштовхом для проведення інших бібліотечних шкіл, зокрема молодіжних, та безліч інших різноманітних заходів. Це виступи щодо основних напрямів адвокаційної діяльності на форумах, конференціях, семінарах, ярмарках тощо. Під час реалізації Програми було привернуто увагу до проблем бібліотек, зроблені певні кроки в посиленні ролі та можливостей бібліотеки в суспільних перетвореннях [8].

Адміністративно-територіальна реформа активізувала реформування мережі бібліотек, і на часі стала розробка нової актуальної програми з адвокації, яка була зорієнтована на сприяння впровадженню нових соціальних нормативів бібліотечного обслуговування в умовах утворення об’єднаних територіальних громад. Актуальність програми полягає також у необхідності запровадження реформи місцевого самоврядування, завданням якої було надання місцевим громадам права самостійно вирішувати питання місцевого значення та наділення їх більшими повноваженнями й можливостями використання внутрішніх резервів. Саме ці позиції і сформували мету наступної Програми УБА з адвокації на 2017–2021 роки «Дієва бібліотека – успішна громада!», що була затверджена на щорічній конференції УБА в листопаді 2016 року [11].

Головною метою адвокаційної діяльності УБА є її співпраця з органами влади, бажаний вплив на бібліотечну політику, законодавчі, нормотворчі процеси, прийняття управлінських рішень на національному, регіональному та місцевому рівнях. Це завжди повинно супроводжуватись підтримкою громадськості та розумінням нею повсякденних проблем бібліотек. Тому громадські обговорення були спрямовані на вивчення суспільної думки про місію бібліотеки в суспільстві та її значення для громади, обговорення нових бібліотечних послуг, які повинні надавати бібліотеки своїм користувачам і громадам. Сам формат громадських обговорень продемонстрував їх адвокаційну роль та демократичну складову для подальших перетворень у наших книгозбірнях.

Привертають увагу своєю інноваційністю і креативністю навчальні заходи літні школи з адвокації, а саме: «Літня школа для молодих бібліотекарів», проведена в серпні 2012 року в с. Буша Вінницької області, яка отримав широкий розголос; друга літня бібліотечна школа з адвокації «Бібліотечні пірати»

відбулася в Коблево 2013 року. У 2014 році було проведено дві літні молодіжні школи «Бібліотечна Паляниця: пошуки та експресії, спрямовані на розвиток» і «Молодіжний бібліотечний Орявчик: вдосконалена реальність».

Остання восьма Всеукраїнська літня школа з адвокації для бібліотекарів «Несумна школа в Сумах» відбулася 2021 року в онлайн-форматі.

Перший досвід участі в міжнародному велопробігу по Прибалтиці представників від УБА, а також велопробіги в Києві та Тернополі, що були ініційовані секцією УБА з адвокації в межах святкування Всеукраїнського дню бібліотек, були націлені на просування новітніх бібліотечних послуг та бібліотек у громадянському суспільстві. Заходи викликали неабиякий інтерес у мешканців міст, де вони проходили, та сприяли зміцненню зв'язків між бібліотекою та місцевою громадою. Тож УБА планує проводити аналогічні акції в наступному році з урахуванням помилок попередніх із залученням нових учасників.

УБА також підготовила збірку документів «Законодавство України на допомогу адвокаційній діяльності бібліотек». У виданні зібрано основні законодавчі та нормативно-правові документи, що можуть бути використані в організації адвокаційної діяльності на користь бібліотек, бібліотекарів і користувачів. Офіційні документи подано в редакції станом на 1 липня 2012 року. Видання призначено бібліотекарям та всім, хто підтримує бібліотеки, відкритий доступ до інформації, громадянське суспільство [6]. Сьогодні є потреба в підготовці нової збірки законодавчого характеру.

Ці та інші адвокаційні заходи будуть сприяти покращенню іміджу бібліотек у суспільстві, підвищенню загального професійного рівня бібліотечних працівників, розвитку зв'язків з громадськістю, інтеграції УБА в міжнародний бібліотечно-інформаційний простір.

Досвід Української бібліотечної асоціації з представлення та захисту інтересів бібліотек, бібліотекарів і користувачів постійно висвітлюють у засобах масової інформації, а також на сайті УБА, у соціальних мережах.

***Освітні програми УБА з адвокації.*** Безперервна освіта бібліотекарів України є одним із стратегічних напрямів Української бібліотечної асоціації. У 2000 році за ініціативи УБА при Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв (НАКККіМ) було створено центр безперервної бібліотечно-інформаційної освіти. Понад 20 років тисячі українських бібліотекарів брали участь у тренінгах, семінарах, конференціях та інших заходах.

Новий період безперервної бібліотечної освіти розпочався у 2009 році зі стартом програми «Бібліоміст» в Україні. На базі НАКККіМ в м. Києві було відкрито Головний тренінговий центр та 24 регіональних тренінгових центри в областях України. У тренінгових центрах передбачалося проведення навчання з актуальних тем сучасної бібліотечної теорії і практики, зокрема й із адвокації.

Розроблено 6 курсів для тренерів; 5 посібників для тренерів; 4 посібники для бібліотекарів; біля 10 дистанційних курсів; 42 тренери підготовлені в ГТЦ; 72 – у РТЦ; близько двох тисяч бібліотекарів пройшли тренінгові навчання.

Конкретизуючи цю діяльність у контексті адвокації, зазначимо, що 2011 року було розроблено навчальну програму з підвищення кваліфікації працівників бібліотек «Адвокація: представлення інтересів бібліотек», на основі якої

проводились тренінги у Головному тренінговому центрі при Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв та регіональних тренінгових центрах [6].

Курс передбачає знайомство зі стратегією і тактикою проведення кампанії з адвокації, методикою та організаційними заходами, зокрема плануванням, адмініструванням кампанії з адвокації тощо.

Програма також включає питання зовнішніх комунікацій бібліотеки та PR, зв'язок з органами державної влади, *з*ахисту інтересів бібліотек з використанням засобів масової інформації;знайомить з досвідом адвокації в зарубіжних країнах та Україні, розглядає роль Української бібліотечної асоціації із захисту інтересів бібліотек.

Навчальна програма передбачає лекційні й практичні заняття, з окремих тем – круглі столи, дискусії, інші інтерактивні форми роботи. До кожної теми розроблені завдання для самостійної роботи, питання для самоперевірки, контролю засвоєння отриманих знань шляхом проведення експрес-опитування. Передбачено також проведення вхідного та вихідного контролю знань слухачів.

У 2012 році на основі цієї навчальної програми було підготовлено та видано посібник «Адвокація: представлення та захист інтересів бібліотек», розрахований на тренерів, у 2013 році – посібник з такою самою назвою для бібліотекарів і присвячено актуальній проблемі, пов'язаній з необхідністю відстоювання та лобіювання інтересів бібліотек, бібліотекарів і користувачів [6, 7].

Перший посібник розрахований на тих викладачів (тренерів), що проводитимуть дистанційне навчання або професійний тренінг з бібліотечними працівниками. Матеріал структурований за темами. У межах кожної теми наведено плани проведення занять відповідно до тематичного плану, надано практичні рекомендації щодо кожного заняття за темою, містяться завдання для учасників навчання та списки рекомендованих джерел [7]. Навчальну програму щорічно переглядають, доповнюють і редагують відповідно до нових вимог.

2023 року вперше підготовлено навчальну та робочу програму з обов'язкової дисципліни «Адвокація в інформаційно-бібліотечій сфері» зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» для підготовки другого освітнього рівня (магістр) за освітньою програмою: «Інформаційна діяльність та документаційне забезпечення управління» [3].

Цього самого року розроблено силабус з вибіркової дисципліни «Фахова адвокація» зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» для підготовки здобувачів першого освітнього рівня (бакалавр) за освітньою програмою «Інформаційна діяльність та медіакомунікації».

## *Висновки*

На основі аналізу наукових публікацій та вивчення практичного досвіду бібліотек вказано сутність бібліотечної адвокації і розкритоо зміст дотичних до неї понять, висвітлено основні підходи до її визначення. В Українській бібліотечній енциклопедії ми представили визначення поняття «адвокація в бібліотечній сфері», де зазначено, що це «комплексна систематична діяльність, скерована на представництво та захист інтересів бібліотек, бібліотекарів і користувачів, на отримання підтримки та розуміння з боку влади, громади та суспільства загалом; заходи з позиціонування, просування бібліотек як важливого соціального інституту та підвищення іміджу й ролі книгозбірень у суспільстві».

Визначено мету адвокації та її структурні компоненти, серед них: з*містовний* (ідеї, переконання, цінності, якими учасники процесу адвокації керуються у своїх діях); с*тратегічний і процесуальний* (стратегія і тактика адвокації, технологія, менеджмент і контроль процесу); *людський* (взаємини учасників процесу адвокації, їх мотивації, самовіддача); *ресурсний* (матеріальні, технічні, інформаційні, комунікаційні ресурси, що дозволяють забезпечувати безперервність процесу); *інформаційно-освітній* (інформація, аналітичні продукти, передача знань) і *тимчасовий*.

На основі теоретичних засад адвокації та практичної діяльності бібліотек запропоновано певний алгоритм дій з адвокації, тобто відповідні кроки, що допоможуть у плануванні адвокаційної кампанії; розглянуто методи й інструменти адвокаційної кампанії; наведено коротку характеристику окремих методів.

Підкреслено важливість адвокації для бібліотек та визначено роль Української бібліотечної асоціації в лобіюванні та захисті права користувачів на інформаційно-бібліотечне обслуговування, безперешкодний і рівноправний доступ до інформації; у позиціонуванні бібліотеки як безпечного місця, центру розвитку волонтерського руху, громадянської активності, відкритого простору для навчання впродовж життя, розкриваючи цінність бібліотек для розбудови демократичного громадянського суспільства.

### *Список використаних джерел*

1. Адвокасі в бібліотечній сфері : посіб. для бібліотекарів, користувачів і друзів бібліотек: на основі видання Амер. біб. асоціації : пер. з англ. / наук. ред. В. С. Пашкової. URL: http://libinnovate.files.wordpress.com/2009/12/advocacy–final1.pdf. (дата звернення: 09.04.2024).

2. Адвокаційна діяльність бібліотек : методичний посібник / КЗ «Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека імені О. М. Горького». Запоріжжя, 2012. Вип. 1. 32 с.

3. Адвокація в інформаційно-бібліотечній сфері: справа : робоча програма дисципліни для здобувачів освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» / розроб. В. В. Загуменна. Київ : НАКККіМ, 2023. 29 с.

4. Барабаш С. І. Адвокація бібліотек : мета, структура, основні напрями діяльності. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. Харків, 2011. Вип. 34. С. 150–156.

5. Загуменна В. В., Барабаш С. І. Адвокасі бібліотек: поняття, сутність, мета. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики* : матер. VI Міжнар. наук-практ. конф., травень 2009 р. Київ : ДАКККіМ, 2009. С. 77–80.

6. Загуменна В. В. Адвокація : представлення інтересів бібліотек : посіб. для бібліотекарів за прогр. підвищення кваліфікації / Укр. бібл. асоц., Нац. акад. кер. кадрів культури і мистец., Центр безперерв. інформ.-бібл. освіти, Голов. тренінгов.центр для бібліотекарів. Київ : Самміт-Книга, 2013. 80 с.

7. Загуменна В. В. Адвокація: представлення інтересів бібліотек : посіб. для тренерів за прогр. підвищення кваліфікації / Укр. бібл. асоц., Нац. акад. кер. кадрів культури і мистец., Центр безперерв. інформ.-бібл. освіти, Голов. тренінгов. центр для бібліотекарів. Київ : Самміт-Книга, 2012. 0 с.

8. Загуменна В. В. Адвокація як важливий напрям діяльності сучасної бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. 2019. № 4. С. 25–28.

9. Загуменна В. В. Адвокація в бібліотечній сфері. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: http://ube.nlu.org.ua/article/Адвокація. (дата звернення: 09.04.2024).

10. Загуменна В. В Адвокація в бібліотечній сфері: 15 років адвокаційної діяльності Української бібліотечної асоціації. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* : зб. матер. Шостої міжнар. наук. конф., м. Київ, 18–20 травня 2023 р. / упоряд. З. М. Свердлик, М. М. Цілина. Київ, 2023. 377 с.

11. Загуменна В. Перспективи реалізації Програми Української бібліотечної асоціації «Дієва бібліотека – успішна громада» у світлі Глобальних цілей сталого розвитку. *VIII Львівський міжнародний бібліотечний форум «Бібліотек@: від ідеальної до ефективної»* (13–16 верес. 2017 р.) : зб. мат. / Укр. бібл. асоц. ; [редкол.: В. С. Пашкова та ін.]. Київ : УБА, 2017. С. 8–12. URL: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/23266/1/O_Voskoboinikova_EMP.pdf. (дата звернення: 05.04.2024).

12. Загуменна В. В.Чому потрібна адвокація українським бібліотекам? *VI Львівський бібліотечний форум «Бібліотек@ – стратегія розвитку»*, 8–12 верес. 2015 р. : зб. мат. / Укр. бібл. асоц ; редкол.: В. С. Пашкова, О. В. Воскобойнікова-Гузєва, В. В. Загуменна, І. О. Шевченко, Я. Є. Сошинська, О. В. Васильєв. Київ: УБА, 2015. С. 82–85. URL:: https://ula.org.ua/images/uba_document/vudanna/Zbirnyk_Biblioforum_2015_site.pdf. (дата звернення 11.04. 2024).

13. Кучереносов В. Ефективне управління та залучення додаткових ресурсів для бібліотек : посіб. для бібліотечних працівників. *Бібліоміст* : сайт програми. URL: http://ula.org.ua/bibliomist/images/documents/171/Library_management_Handbook.pdf (дата звернення: 09.04. 2024).

14. Пашкова В. С. Українська бібліотечна асоціація: аналіз реалізації стратегічних напрямів розвитку в 2006–2009 роках. *Вісник Книжкової палати*. 2010. № 2. С. 19–25.

15. Пугач Л. Ю. Питання «advocacy» на сторінках наукових видань (2000–2015 рр.): історіографія дослідження. *Молодий вчений*. 2016. № 9. С. 339–344.

16. Пугач Л., Демчишина М. Поняття адвокації («advocacy») у діяльності сучасних бібліотек. *Вісник Львівського ун-ту*. 2017. Вип. 11–12. С. 87–94. (Серія «Книгознавство, бібліотеклзнавство та інф.технології»).

17. Розбудова потужних бібліотечних асоціацій: навч. матеріали для підвищ. кваліфікації бібліотекарів / уклад.: Пашкова В.С., Сошинська Я.Є.; Укр. Бібл. Асоц.; НАКККіМ. Київ, 2012. 184 с.

18. Стратегія Української бібліотечної асоціації на 2022–2025 роки: URL: https://ula.org.ua/pro-nas/stratehiia.(дата звернення 08.04. 2024).

19. Хіміч Я. О. Інноваційні зміни в бібліотеці на основі проектного, кадрового менеджменту та ініціативної діяльності бібліотек: посіб. для бібліотекарів за програм. підвищ. кваліфікації / Укр. бібл. асоц., НАКККіМ, Центр безперерв. інформ.-бібл. освіти, Голов. тренінг. центр для бібліотекарів; Київ : Самміт-книга, 2012. 88 с.

***Цитування розділу 11:*** Загуменна В. В. Адвокація як важливий чинник успішної діяльності сучасної бібліотеки в громадянському суспільстві. *Нові парадигми освіти і науки XXI століття: інкорпорація креативних практик у підготовці фахівців культури і мистецтв* : колективна монографія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2024. С. 204–219.

# ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Копієвська Ольга Рафаілівна,** доктор культурології, професор, професор кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, заслужений працівник освіти України
ORCID: 0000-0002-4537-4888
E-mail: okopievska@dakkkim.edu.ua

**Воробйова Наталія Петрівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID 0000-0003-1327-6068
E-mail: nvorobyova@dakkkim.edu.ua

**Головач Наталія Миколаївна**, кандидат філософських наук, доцент, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8931-4302
E-mail: ngolovach@dakkkim.edu.ua

**Вєдєнєєв Дмитро Валерійович**, доктор історичних наук, професор
ORCID: orcid.org/0000-0002-8929-9865
E-mail: zastava67@i.ua

**Дячук Валентина Павлівна**, кандидат культурології, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-1638-3192
E-mail: P vdiachuk@dakkkim.edu.ua

**Шевченко Наталія Олександрівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0645-8648
E-mail:nshevchenko@dakkkim.edu.ua

**Науменко Оксана Анатоліївна**, кандидат психологічних наук, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-4816-7689
E-mail: o.naumenko@dakkkim.edu.ua

**Філіна Тетяна Вікторівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0685-8177
E-mail: tfilina@dakkkim.edu.ua

**Святненко Анна Василівна**, кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5337-5656
E-mail: a.sviatnenko@dakkkim.edu.ua

**Васильченко Людмила Леонідівна**, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
E-mail: L.vasylchenko@dakkkim.edu.ua

**Хіміч Ярослава Олегівна,** кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1199-3207
E-mail: ykhimich@dakkkim.edu.ua

**Загуменна Віра Вікторівна,** кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри артменеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, заслужений працівник культури України
ORCID: 0000-0002-4238-890X
E-mail: vzagumenna@dakkkim.edu.ua

Наукове видання

# НОВІ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ І НАУКИ ХХІ СТОЛІТТЯ: ІНКОРПОРАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ПРАКТИК У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Колективна монографія

Редагування,
комп'ютерне верстання Оксана Бугайова

Підп. до друку 06.09.2024 р. Формат 60х84/16. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 12,9. Обл.-вид. арк. 15,16

Видавець і виготовлювач
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
ДК № 3953 від 12.01.2011 р.