

(навчальних планів, програм, підручників, посібників тощо). Безумовно, така форма виховання — це шлях «до створення нових стандартів вищої освіти» [2]. Сподіваємося, що саме вона, в разі творчого підходу до розробки нових методів викладання, надасть змоги майбутнім фахівцям глибше пізнати професійні секрети, здобути ґрунтовні теоретичні знання і практичні навички, а педагогам — стимулювати подальший розвиток наукових та методичних ідей, унікальних відкриттів К. С. Станіславського і В. І. Немировича-Данченка, В. Є. Мейерхольда і Є. Б. Вахтангова, О. С. Курбаса, М. М. Крушельницького, А. Антуана і Г. Крєга, Б. Брєхта і П. Брука, А. Д. Попова і Г. О. Товстоногова, а також багатьох інших прогресивних режисєрів.

Список літератури

1. Апфельбаум С. Сегодня все интересное перекликается со Станиславским / С. Апфельбаум // Театральная жизнь. — 2012. — № 2. — С. 5.
2. Шинкарук В. Шлях до якісної вищої освіти / В. Шинкарук // Зеркало недели. — 2013. — 23 февраля.

УДК 378.147:[008+33]

О. Ю. ОЛЕНИНА
O. Y. OLENINA

КОНЦЕПЦІЯ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ

THE CONCEPT OF TRAINING OF MANAGERS OF SOCIAL AND CULTURAL ACTIVITY DURING THE FORMATION OF KNOWLEDGE SOCIETY

Обґрунтовано концепцію підготовки менеджерів соціокультурної діяльності в умовах формування суспільства знань.

Ключові слова: соціокультурна діяльність, менеджмент соціокультурної діяльності, культурно-інформаційна парадигма менеджменту, арт-менеджмент, менеджмент індустрії дозвілля.

Обоснована концепция подготовки менеджеров социокультурной деятельности в условиях формирования общества знаний.

Ключевые слова: социокультурная деятельность, менеджмент социокультурной деятельности, культурно-информационная парадигма менеджмента, арт-менеджмент, менеджмент индустрии досуга.

Proved the concept of training of managers of social and cultural activity during the formation of knowledge society.

Key words: social and cultural activity, management of social and cultural activity, cultural and information paradigm of management, art-management, management of leisure industry.

У сучасному соціумі, який дедалі частіше називають суспільством знань, змінюється роль культури та мистецтва, що посідає важливе місце не тільки в традиційно духовному, але й у матеріальному виробництві. Розвиток засобів масової інформації сприяв популяризації культури серед широких верств населення, ринкові відносини, що проникли до сфери культури, — формуванню попиту на культурно-мистецькі продукти, технічний прогрес зумовив наявність вільного часу й розвиток розважальної індустрії, а естетична тенденція постмодерну істотно змінила саму природу творчості, яка стає базовим ресурсом економіки інформаційно-мережевого суспільства. Тому, саме здатність до творчості та винахідливість повинні домінувати в епоху знань і стати основою економічних цінностей.

Окрім того, збільшення доходів населення спричиняє збільшення витрат на культуру, розваги й туризм. Наразі культура та мистецтво не тільки формують нові потреби, основою яких є символічний капітал, а самі стають потужною галуззю національного виробництва, що потребує нових підходів в управлінні.

Усі ці процеси актуалізують менеджмент соціокультурної діяльності.

Саме тому мета статті — виявити сучасні концептуальні засади підготовки менеджерів соціокультурної діяльності для впровадження актуальних методів та методик підготовки фахівців цієї галузі.

Означений напрям активно досліджується в різних працях, які так чи інакше відповідають на основні запитання щодо особливостей соціокультурного менеджменту, його функцій, технологій і т. ін. Передусім, це навчальні посібники (Г. Л. Тульчинський, К. Л. Шекова, В. В. Чижиков, В. М. Чижиков, Н. І. Аксютік, Е. А. Макарова, Е. І. Жданова, Т. Г. Кисельова, Г. Н. Новікова, Н. А. Міхеєва, Л. Н. Галенська та ін.). Більшість авторів презентують російську наукову школу (Москва та Санкт-Петербург). Серед них на особливу увагу заслуговує підручник В. В. Чижикова та В. М. Чижикова, в якому автори не тільки достатньо детально аналізують специфіку менеджменту в галузі культури, механізми управління й самоуправління, державне регулювання та технології менеджменту соціокультурної діяльності, а й, що особливо цінно, розглядають питання професійної компетенції менеджера СКД, системи підготовки й перепідготовки, підвищення кваліфікації та атестації кадрів у цій сфері.

Автори акцентують на тому, що управління соціокультурною діяльністю — це управління соціально-економічними умовами культурної діяльності, умовами створення та споживання культурних цінностей. Такі умови можуть бути безпосередніми — матеріальними (свобода творчості, моральні стимули)

й опосередкованими (бюджет вільного часу, розвиток засобів комунікації, рівень освіти митців та споживачів). Науковці стверджують, що сутність менеджменту соціокультурної діяльності полягає нині виключно у створенні організаційних та економічних умов саморозвитку культурного життя, а соціально-культурній діяльності притаманні яскраво виражені ознаки творчого процесу. Водночас, цей процес має програмуватися за допомогою нових управлінських технологій (фінансових, психологічних, організаційних, педагогічних) [1, с. 107, 268].

Білоруську школу представлено посібником за редакцією Н. І. Аксютіка, О. А. Макарової, в якому акцентується на арт-менеджменті як виді управлінської діяльності в сучасній соціокультурній сфері. Автори наголошують, що це самостійна професія з власними професійно-специфічними інструментами й навичками, що відрізняються від інших професій. Діяльність арт-менеджера пропонують розглядати, ґрунтуючись на значенні терміна «функція» (діяльність, обов'язок, робота, зовнішній прояв властивостей, роль, завдання) [2, с. 4].

Що стосується національних українських орієнтирів у цій сфері, на наш погляд, показовою є монографія, опублікована ще у 2005 р. під назвою «Стратегії культури України. Філософія і менеджмент самоздійснення нації», в якій К. В. Стеценко, завідувач кафедри шоу-бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв України, обґрунтовує концепцію інтегрованого стратегічного управління духовно-інформаційною сферою країни, основні положення якої, на його думку, повинні відбитися в державній культурній політиці. Автор пропонує поняття «інтегральний менеджмент культури», під яким розуміє «такий вид стратегічного управління, який, трактуючи національну культуру як об'єкт, суб'єкт та інструмент державної політики, використовує юридичні, економічні, політичні, інформаційні й моральні важелі впливу на всіх суб'єктів культурного процесу з метою сприяння реалізації місії цієї національної культури» [3, с. 26].

Практично всі названі підходи так чи інакше ґрунтуються на новій соціокультурній концепції загальної теорії менеджменту, що замінила американську та японську моделі управління й характеризується як культурно-інформаційна. У межах цієї парадигми менеджмент розглядається водночас як точна і гуманітарна наука, котрій притаманний яскраво виражений міждисциплінарний характер. В. С. Алексєєвський акцентує увагу на тому, що діяльність менеджерів у ХХ ст. потребувала від них цілісного мислення обома півкулями мозку, що сформувало новий образ мислення, в якому неабияку роль відіграє права півкуля, котра відповідає за інтуїцію, творчість, здатність мотивувати, стратегічне

мислення, образність, натхнення, комунікацію ідей, — увесь різноманітний інтелектуальний і духовний ресурс, необхідний під час роботи менеджерів.

Крім того, нова парадигма (основою якої, на відміну від процесного підходу до управління, є підходи системний та ситуаційний) передбачає, що управлінські ієрархії, жорсткі схеми, графіки й правила замінюють робота в командах, безпосередні взаємодії, перманентні інновації, безперервне навчання і вдосконалення. Менеджери перетворюються на помічників, партнерів для підлеглих, вони повинні вміти йти на усвідомлений ризик і сприяти розвиткові здібностей та повнішому використанню енергії співробітників. Усе це зумовило новий тип організації — організація, що навчається. В такій організації основний акцент робиться на команди і системи, а не на ієрархію [4].

Усі ці революційні зміни управлінського мислення відбиваються й у менеджменті соціокультурної діяльності, в якому жорстке адміністрування поступово замінюється регулюванням та саморегулюванням, програмуванням і проектуванням.

Що стосується соціально-культурної діяльності як об'єкта управління, необхідно акцентувати увагу на деяких особливостях, які пов'язані, передусім, із тим, що «соціальне» наявне в ній на рівні суб'єкта (особистості, соціальної групи, організації, інституту, етносу, нації і т. ін.), а «культурне» — на рівні діяльності цих суб'єктів з виробництва, збереження, опанування, споживання, трансляції, розвитку цінностей, традицій, норм, змістів, способу життя, ідеалів тощо. У контексті соціокультурної діяльності суб'єкт не тільки постає творцем та носієм певних цінностей, але й виявляє активність щодо їх реалізації в різноманітних сферах культурного буття (художнього, історичного, політичного, екологічного). Отже, соціально-культурна діяльність передбачає здатність суб'єкта до творчості й інновації, без яких неможливе створення культурного продукту, який, у свою чергу, потребує розповсюдження, що передбачає необхідність у створенні певного культурно-комунікативного простору.

Якщо окреслити предметну сферу менеджменту соціокультурної діяльності, то, на наш погляд, необхідно виокремити дві її потужні складові: по-перше, інституціональний рівень культури, на якому культурні цінності та норми створюються й охороняються системою соціальних інститутів та державною ідеологією; по-друге, неінституціональний рівень культури, що виявляється в певних формах і видах суспільної самодіяльності (участь у різноманітних громадських об'єднаннях, творчі союзи, асоціації, фонди, партії, рухи, клуби та ін.). Ці рівні функціонально і змістовно доповнюють один одного, постійно взаємодіють і формують сучасне культурно-комунікативне поле.

Постійна комунікація між інституціональним та неінституціональним рівнями культури сприяє змістовому поєднанню різних цінностей, світоглядів, способів життя, їх взаємному розвитку і є необхідною умовою формування нової культурної парадигми. Саме на межі офіційної та неофіційної культур виявляються нові можливості й перспективи розвитку культурного життя, формування сучасного культурного простору.

Тому, маючи на увазі домінування творчої та комунікативної констант у соціально-культурній діяльності, сучасний менеджмент соціокультурної діяльності слід розглядати як інтегровану систему управління креативно-комунікативною сферою, що передбачає виробництво, розповсюдження та споживання культурного продукту або послуги, соціально-культурні технології, соціально-культурні інституції, культурну політику держави й т. ін. в контексті економіки символічного обміну.

Такий підхід потребує створення нової моделі підготовки менеджерів, яка відповідала б сучасним вимогам соціокультурної сфери й відображала два напрями професійної активності, які наразі остаточно сформувалися. По-перше, це — управління професійно-творчою діяльністю (арт-менеджмент), по-друге, управління вільним часом людини (менеджмент індустрії дозвілля). І якщо для першого напряму в організаційних та управлінських аспектах характерна орієнтація саме на професійне виробництво й розповсюдження культурно-мистецького продукту, то другий напрям передбачає соціально-культурний сервіс, пов'язаний з особливою роллю відпочинку, розваг і рекреації в житті суспільства та людини. Цей тип сервісу, в свою чергу, поділяється на соціальні послуги (освіта, наукове обслуговування, охорона здоров'я, санаторно-курортні й оздоровчі послуги, фізична культура і спорт, туризм) і культурні послуги (культура та мистецтво).

Утім обидва напрями реалізуються у сфері так званих культурних або креативних індустрій — видах діяльності, «які ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності й таланті і мають потенціал формувати капітал, створювати робочі місця завдяки генеруванню і використанню інтелектуальної власності» [5]. До них належать: літературний сектор, концертна діяльність, шоу-бізнес, медіа-холдинги, кіно-теле-радіо індустрія, арт-ринок, виконавські мистецтва, музична індустрія, індустрія моди, ужиткове мистецтво та ремесла, Інтернет індустрія, реклама, дизайн, архітектура, музеї й установи культури, культурний туризм, ярмарково-виставкова діяльність, фестивальна індустрія, освітні й ігрові індустрії, культурно-розважальні комплекси, спортивно-розважальний бізнес (курорти, бази відпочинку, рекреаційні та спортивні табори), спортивно-оздоровчі клуби, спортивно-видовищна індустрія, паркова індустрія і т. ін. Культурним індустріям

притаманний високий ступінь персоналізації, оскільки саме персоналія (автор або виконавець) відіграє значну роль у виробництві культурного продукту.

Безумовно, сучасний менеджмент соціокультурної діяльності певною мірою передбачає реалізацію традиційних управлінських функцій, характерних для класичного менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль), адже його специфіка, насамперед, потребує здійснення інноваційно-креативної, комунікативно-інтегративної, трансляційно-аксіологічної, соціопроектної функцій.

Можливість здійснення цих функцій для майбутнього фахівця має забезпечити навчальний план. Умовно всі дисципліни можна поділити на три блоки. Перший, теоретико-методологічний блок дисциплін, має формувати фундаментальні базові знання про загальні принципи пізнання явищ і процесів, уявлення про суспільство, сутність його соціально-економічних трансформацій, закони розвитку культури й мистецтва. Цей блок є міждисциплінарним і передбачає вивчення соціально-гуманітарних та загальноекономічних дисциплін: філософії, культурології, соціології, психології, економіки, етики й естетики і т. ін.

Другий, професійно-технологічний блок, передбачає вивчення таких дисциплін: теорія та історія мистецтва, історія художньої культури, історія літератури, економіка символічного обміну, комунікаційна культура, масова культура, соціокультурний менеджмент, маркетинг культури й мистецтва, реклама та зв'язки з громадськістю, брендинг у сфері культури, соціокультурне програмування і проектування, інформаційні та фінансові технології в соціально-культурній діяльності тощо. Основна мета на цьому етапі — не тільки формування знань стосовно засобів, методів та форм конкретних управлінських дій у соціально-культурній сфері, але й набуття певних умінь майбутньої професії й опанування студентами різноматіних соціокультурних технологій.

Третій блок, практично-орієнтований, фактично забезпечує підготовку в межах спеціалізацій і має сформувати стійки навички. Перелік дисциплін визначається вищим навчальним закладом відповідно до профілю підготовки фахівця: театральний менеджмент, менеджмент візуальних мистецтв, культурний туризм, менеджмент виконавських мистецтв та ін.

Процес навчання має передбачати, по-перше, поетапну підготовку фахівців, по-друге, застосування в навчальному процесі новітніх методик: тренінгів, ділових ігор, майстер-класів, вправ і тестів.

Особливе місце в підготовці менеджера повинна посідати практика, оскільки його професійна майстерність може формуватися тільки в процесі реальної соціокультурної діяльності. Згідно

з концепцією, кожний навчальний рік завершується профільною практикою, яка відповідає змісту теоретичного навчання. Термін та порядок проведення практик визначаються згідно із затвердженими навчальними планами й графіками навчального процесу. На наш погляд, практична підготовка студентів має бути майже безперервною. Якщо на першому курсі в студентів тільки формується уявлення про майбутню професію, то вже на другому курсі вони повинні зануритися у відповідну сферу протягом подальшого навчання не відриватися від практичного досвіду та фахової специфіки.

На першому курсі відбувається ознайомча практика, завданням якої є ознайомлення студентів з історико-культурним потенціалом регіону, типологією соціокультурних підприємств і специфікою майбутньої спеціальності у відповідних закладах культури. На другому курсі проводиться організаційно-методична практика, завдання якої — набуття початкових професійних умінь із загальнопрофесійних і загальних дисциплін та професії менеджер соціокультурної діяльності.

Метою технологічної практики, що проводиться на третьому курсі, є ознайомлення студентів-практикантів безпосередньо на підприємствах, організаціях, установах відповідної галузі культури з виробничим процесом і технологічним циклом виробництва, відпрацювання вмій та навичок із майбутньої професії й спеціальності, знань, здобутих під час вивчення циклу теоретичних дисциплін, і набуття первинного практичного досвіду.

На четвертому та п'ятому курсах передбачено професійну (виробничу за спеціалізаціями, науково-дослідницьку) практику, яка передбачає самостійну роботу студентів-практикантів на підприємстві, в організації чи установі. Метою практики є узагальнення та вдосконалення знань, практичних умінь і навичок на базі конкретних закладів галузі, набуття професійного досвіду для майбутньої самостійної трудової діяльності, збору матеріалів для дипломного проекту, магістерської роботи.

Практика завершує підготовку фахівця і виявляє його здатність до вирішення завдань професійного спрямування відповідно до кваліфікаційної характеристики спеціальності. Вона проводиться в умовах, максимально наближених до майбутньої професійної діяльності, і, фактично, є способом організації самостійної аналітичної та практичної діяльності, спрямованої на вирішення конкретних професійних завдань. Основною формою контролю результатів практичної підготовки студентів є захист звітів з практики, в яких студенти повинні докладно репрезентувати виконання поставлених завдань.

Таким чином, підготовка майбутніх фахівців — менеджерів соціокультурної діяльності — має вибудовуватися від розуміння

через пізнавання й відтворення до застосування і творчості. А орієнтирами на всіх рівнях підготовки повинні бути Творчість, Комунікація, Економіка символічного обміну.

Сучасний менеджмент соціокультурної діяльності — це не менеджмент організацій, який передбачає адміністрування й управління установами у сфері культури й орієнтується на класичну підготовку фахівців зі своїм устаткованим функціоналом. Соціокультурний менеджмент — це, насамперед, управління процесами та явищами, організація різнорівневих творчих подій, проєкт-менеджмент у галузі творчих індустрій, або креативний менеджмент.

Сьогодні потребує універсального менеджера нової генерації адаптованого до мінливого ринкового середовища, здатного створювати міждисциплінарні соціокультурні проєкти — від організації фестивалю та продюсування театральної трупи до брендування міст. На рівні бакалавра — це менеджер-технолог, керівник проєктів, а на рівні магістра — підприємець, власник бізнесу. І в тому, і в іншому разі метою менеджера соціокультурної діяльності є — залучати людей до світу культури, спонукати їх до творчості, створювати сприятливе соціокультурне середовище, забезпечувати трансляцію цінностей, задовольняти духовні потреби різних верств населення.

Список літератури

1. Чижиков В. В. Теория и практика социокультурного менеджмента : учеб. пособие / Чижиков В. В., Чижиков В. М. — М. : МГУКИ, 2008. — 608 с.
2. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры : учеб. пособие / Под. ред. Н. И. Аксютика, Е. А. Макаровой. — Мн., 2008. — 147 с.
3. Стеценко К. Стратегії культури України. Філософія і менеджмент самоздійснення нації / Кирило Стеценко — К. : Держ. акад. керівн. кадрів культури та мистецтва, 2005. — 69 с.
4. Алексеевский В. С. Социокультурная концепция общей теории менеджмента / В. С. Алексеевский // Менеджмент в России и за рубежом. — 2004. — № 2. — С. 21–35.
5. Соколенко С. Креативные кластеры в креативной индустрии [Електронний ресурс] / С. Соколенко. — Режим доступу: <http://www.stpp.org.ua/magazine.php?id=64&story=221> (дата звернення: 28.03.13). — Назва з екрана.
6. Моргулец О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посібник / О. Б. Моргулец. — К. : Центр учб. літератури, 2012. — 384 с.
7. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие — 4-е изд., испр. и доп. / Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. — СПб. : Изд-во «Лань»; «Изд-во ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009. — 528 с.
8. Жданова Е. И. Управление и экономика в шоу-бизнесе: учеб. пособие / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.

9. Киселева Т. Г. Социально-культурная деятельность: учеб. пособие / Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. — М. : МГУКИ, 2004. — 436 с.

УДК [930.85:378.147](477)

К. В. КИСЛЮК
K. V. KISLIUK

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ ТА ВИКЛАДАННЯ ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF STUDING AND TEACHING OF HISTORY OF UKRAINIAN CULTURE

Аргументовано принципи багатовекторності культурних впливів, багатуокладності, поліконфесійності, багатоетнічності та меморіального палімпсеста під час вивчення та викладання історії української культури.

Ключові слова: багатовекторність, багатоетнічність, багатуокладність, меморіальний палімпсест, поліконфесійність, українська культура.

Аргументировано принципы многовекторности культурных влияний, многоукладности, поликонфессиональности, многоэтничности и мемориального палимпсеста в изучении и преподавании истории украинской культуры.

Ключевые слова: многовекторность, многоэтничность, многоукладность, мемориальный палимпсест, поликонфессиональность, украинская культура.

Argued the principles of multi-cultural influences, multiculturalism, poly-confessionality and memorial palimpsest in the learning and teaching of history of Ukrainian culture.

Key words: multi-cultural influences, multiculturalism, memorial palimpsest, poly-confessionality, Ukrainian culture.

Упровадження наприкінці 2000-х рр. як загальнообов'язкової навчальної дисципліни «історії української культури», на наш погляд, унаочнило певні проблеми, багато в чому вкорінені як у попередній академічній традиції, так і в соціально-політичній кон'юнктурі.

Українознавчий бум 1990-х рр., викликаний розривом між юридичним статусом України та станом національної свідомості українського народу, заповнював цей розрив здебільшого проведенням фактологічних досліджень у різних галузях наукових знань. Проблема їх належного теоретико-методологічного забезпечення принагідно вирішувалася запозиченням відповідної фахової методології. На такому надто широкому підході й побудовано найфундаментальнішу на сьогодні працю — незавершене видання п'ятитомної «Історії української культури».