

ферно та поліжанрово. Загальна тональність музичного простору обумовлена художньо-естетичним розвитком та етно-національною, освітньо-соціальною, інформаційно-комунікаційною та іншими настановами. Таким чином розуміємо, що культурологічний вимір креативних музичних практик в сучасному світі є актуальною темою для розгляду, оскільки вони є багаторівневими естетичними системами, що знаходяться на етапі динамічного розвитку та використання різними прошарками населення, а також корелюючою ланкою між соціально-культурними та музично-художніми структурами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Грачев В. И. Социокультурная коммуникация в контексте современной художественной культуры. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2007. № 4. С. 22–26. 2. Кармин А. С. Культурология: учебник. Санкт-Петербург : Лань, 2001. 202 с.3. Козира Є. В. Культурологія. Київ : Медицина, 2017. 376 с.4. Прокофьева А. Н. Музыкальные практики в дискурсе современной городской культуры: аксиологический аспект. *НОМОТНЕТІКА: Філософія. Соціологія. Право*. 2012. № 20 (139). С. 252-259.5. Степанов В. Ю. Соціокультурний простір сучасності. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2014. № 43. С. 104-110.

НОВІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ДИЗАЙНІ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ

*Дерман Лілія Миколаївна,
кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну та реклами,
факультету філософії та суспільствознавства
НПУ ім. М.П. Драгоманова,
Liliya.derman@gmail.com*

У роботі досліджено дискурс соціальних медіа та їх основні характеристики. Визначено потенціал соціальних медіа як засобу формування громадської думки суспільства.

Ключові слова: соціальні медіа, комунікація, дизайн, інформаційне поле.

Інтенсифікація створення нового поля інформації сприяє виникненню сучасного культурного інформаційного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і еволюціонує з розширенням сфер впливу сучасних засобів комунікації. Методологією для досліджень такого напрямку може стати Cultural Studies, яка зосереджується довкола питання динаміки сучасної культури [8, С.158.]

Активне впровадження нових технологій переформатовує медійні практики та звичні форми обміну інформацією. Усе це сприяє появі нового контенту та його подачі для користувачів, розширюючи можливості співпраці різних сфер [1].

Глобалізаційні процеси та нові цифрові технології потребували створення нових каналів комунікації та координації дій. Розвиток соціальних мереж, як підкреслюють дослідники, визначив значну трансформацію суспільної свідомості та навіть механізмів мислення людей.

Соціальні медіа охоплюють різні сервіси: соціальні мережі, які трансформувалися в один з найпопулярніших комунікаційних інструментів сучасності [2; 3].

Проте контент, що пропонується не завжди якісний і суспільно корисний. Інформаційні технології урізноманітнюють та демократизують процеси інфотворення, що сприяє наповненню інформаційного простору новими формами передачі та концептуальним контентом.

Особливість діяльності соціальних медіа у перехідних суспільствах пов'язана з такими аспектами як: несформована незалежна преса, а соціальні медіа перебирають на себе функцію альтернативних засобів комунікації, які впливають на формування думки громадянського суспільства [4; 5].

Отже, можна зробити висновок про те, що дискурс соціальних медіа визначається їх демократичністю, а інформація, яку можна доповнювати вимагає від споживача активної взаємодії.

У цьому контексті пропонується технологія подачі інформації, де одяг виступає новою формою соціальних медіа.

Концепція одягу із сенсом. Люди зосереджені на власних повсякденних проблемах та часто знаходяться глибоко всередині власних проблем. Сучасне життя суспільства проходить у мінливому світі, через що можливості та бажання звертати увагу на навколишні проблеми та загрози існуванню планети часто обмежені. Ми носимо «рожеві окуляри» та бачимо світу рожевих тонах. В результаті люди відгороджуються від екологічних, соціальних та проблем планети та живуть у своєму рожевому світі. Дизайнери, в цьому контексті, можуть говорити через продукти своєї професійної діяльності. Наприклад, через соціальний плакат. Проте їх наразі досить багато й вони губляться у великому інфо просторі. Як результат, люди знову одягають «рожеві окуляри» інтегруючись у гедоністичну екосистему суспільства.

Ідея полягає у тому, щоби використовувати одяг, як нову форму мас медіа, що має інтерактивний характер. Наприклад, це може бути соціальний плакат на одязі, що має можливості доповненої реальності, яка проявляється під дією ультрафіолетового проміння, сонячного світла, у темряві або спеціальних масок, що накладаються через застосування спеціальних додатків. Ці соціальні плакати, зображення, несуть певний соціокультурний та екологічний посил. Змушують в ігровій формі привернути увагу до

проблем. Таким чином створюється можливість брати участь у прояві соціальних та екологічних проблем. Цільовою аудиторією, на яку перш за все розрахований даний продукт, це інфлюенсери, лідери думок, бізнес, різноманітні фонди, а також соціально активна та відповідальна молодь.

Вплив соціальних мереж є складовою багатьох соціокультурних та політичних процесів у всьому цивілізованому світі.

Через нові форми мас меді можна популяризувати та досягати цілей у сфері стійкого розвитку, що є своєрідним заклик до дій, що зорієнтовані на поліпшення соціального добробуту людей з різних країн світу та на захист планети. 17 цілей сталого розвитку (ЦСР), були визначені на історичному Саміті ООН у вересні 2015 року, спрямовані на збільшення економічного розвитку, розв'язання питань у сфері освіти, охорони здоров'я, соціального захисту та екологічних проблем [6].

Розвиток альтернативних форм комунікації, дає поле для розвитку різних суспільних рухів. Сьогодні мас медіа використовуються не тільки в комерційних цілях, а і як засіб зворотного зв'язку між владою, бізнесом та суспільством. Таким чином соціум отримує можливість впливати на політичні, економічні, екологічні та освітні процеси.

Виникнення феномену соціальних медіа, що об'єднують різного роду медіа та характеризуються високим рівнем інтерактивності, тобто можливістю просто споживати, а й створювати чи змінювати контент з боку реципієнтів [5; 7].

Так соціальні медіа формують особливий інформаційний простір і водночас виступають у якості інструментів, ефект застосування яких слід враховувати як в ході досягнення суспільного консенсусу, так і оцінюючи ризики розгортання конфліктів.

Таким чином, дискурс соціальних медіа передбачає діалогічність і полілогічність, постійний і повноцінний зворотний зв'язок, реалізований в нових комунікативних форматах, що визначає його демократичність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федько Н. Г., Федько В. П. Маркетинговые коммуникации. М.: Высшая школа, 2002.
2. David Kirkpatrick. *Facebook Effect. The Inside Story of the Company that Is Connecting the World*. Ebury Press, 2011. 374 с.
3. Victoria Terk. *Everything you wanted to know about modern manners but were afraid to ask*: Ebury Press 2019. 224 с.
4. Іванчук К.В. Соціальні медіа як ЗМІ / К. В. Іванчук // Мовні і концептуальні картини світу : збірник праць. – 2013. – Вип. 46. Ч. 2. – С. 16-23.
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М., 2014. – 240 с.
6. Цели в области устойчивого развития. URL:[http://surl.li/grup\(дата звернення: 17.05.2020\)](http://surl.li/grup(дата звернення: 17.05.2020)).
7. Webopedia / newmedia. URL:http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html [inEnglish]
8. Русаков С. С. Британський та американський напрями Cultural Studies: компаративний аналіз / С. С. Русаков, Н. М. Ткачук // Гілея: науковий вісник. - 2016. - Вип. 115. - С. 157-162. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_115_42

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА
Факультет філософії та суспільствознавства
Кафедра культурології та філософської антропології

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ

Випуск 14

Вінниця
«ТВОРИ»
2020

УДК 130.2(059)
ББК 411
К 90

*Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету філософії та суспільствознавства
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова
(протокол №4 від 24.11.2020 р.)*

Редакційна колегія:

Андрущенко Т.І. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри етики і естетики НПУ імені М.П. Драгоманова, заслужений працівник культури України
Герчанівська П.Е. – доктор культурології, професор, завідувач кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
Дробот І.І. – доктор історичних наук, професор, декан факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П. Драгоманова
Майданюк І.З. – доктор філософських наук, завідувач кафедри культурології гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування
Меднікова Г.С. – доктор філософських наук, професор кафедри культурології та філософської антропології факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П. Драгоманова
Можейко М.О. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії та методології гуманітарних наук Білоруського державного університету культури і мистецтв
Мозгова Н.Г. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П. Драгоманова
Павлова О.Ю. – доктор філософських наук, професор кафедри етики, естетики і культурології філософського факультету Київського національного університету імені Т.Шевченка
Stepaniuk Joanna – Doktor nauk społecznych, Państwowa Uczelnia im. Stefana Batorego w Skierniewicach, Uniwersytet Warszawski

Рецензенти:

Овчарук О.В. – доктор культурології, професор кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
Розова Т.В. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри культурології, мистецтвознавства та філософії культури Одеського національного політехнічного університету

Упорядники:

Русаків С.С. – кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології та філософської антропології НПУ імені М.П. Драгоманова
Барма О.А. – викладач кафедри менеджменту соціо-культурної діяльності Білоруського державного університету культури і мистецтв

Культурологічний альманах: Випуск 14. – Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2020. – 128 с.

ISBN 978-966-949-671-3

У збірнику подано наукові статті за матеріалами VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління культурними проектами та креативна індустрія» (27 листопада 2020 р.).

У працях аспірантів, студентів та молодих вчених з України та Польщі висвітлено актуальні теоретичні та прикладні проблеми культурології, а також представлено міждисциплінарні пошуки та здобутки.

За точність викладених фактів та коректність цитування відповідальність несе автор

© Автори статей, 2020
© Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2020
© Видавництво «ТВОРИ», 2020
ISBN 978-966-949-671-3

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
M.P. DRAHOMANOV NATIONAL UNIVERSITY OF PEDAGOGY
Faculty of Philosophy and Social Science

CULTUROLOGICAL ALMANAC

Issue 14

Vinnytsia
«TVORY»
2020

Conference proceedings was approved for publication by the Academic Council of the Faculty of Philosophy and Social Sciences
of National Pedagogical Drahomanov University on November 24, 2020, protocol № 4

Members of Scientific Board:

T.I. Andrushchenko, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Ethics and Esthetics Department of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Culture of Ukraine

P.E. Herchanivska, Doctor of Sciences in Cultural Studies, Professor, Chair of the Cultural Studies and information communications Department of National Academy of Culture and Arts Management

I.I. Drobot, Doctor of Sciences in History, Professor, Dean of the Faculty of Philosophy and Social Science of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Science and Engineering of Ukraine

I.Z. Maydaniuk, Doctor of Sciences in Philosophy, Chair of the Cultural Studies Department of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

G.S. Mednikova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy and Social Science of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy

M.O. Mozheiko, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Department of Methodology of Humanities of Belarusian State University of Culture and Arts

N.G. Mozgova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Philosophy Department, Faculty of Philosophy and Social Science of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy

O.Y. Pavlova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Ethics, Esthetics and Cultural Studies, Faculty of Philosophy of Taras Shevchenko Kyiv National University

Compiled by:

S.S. Rusakov, PhD in Philosophy, Assistant Professor at the Department of Cultural Studies of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy

O.A. Barma, lecturer at the Department of Management of Sociocultural Activities of Belarusian State University of Culture and Arts

This collection features scientific articles based on materials of the 8th International Scientific Conference on Management of Cultural Projects and the Creative Industry (November 27, 2020).

Works by undergraduate and postgraduate students and young scientists from Ukraine, Poland and Belarus address contemporary theoretical and applied problems of cultural studies and present interdisciplinary research and findings.

Culturological Almanac: Issue 14. – Vinnytsia: LCC "TVORY", 2020. – 128 p.

The author is responsible for the accuracy of the facts and correctness of citation.

ISBN 978-966-949-671-3

ISBN 978-966-949-671-3

© Article authors, 2020
© M.P. Drahomanov National University of Pedagogy, 2020
© LCC "TVORY", 2020

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ

Випуск 14

Друкується за оригінальними авторськими текстами.
Редакційна колегія не несе відповідальності
за авторську редакцію поданих матеріалів.
Верстка та оригінал-макет Мохонько Віталій

Підписано до друку 28.12.2020.
Формат 60×84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний.
Друк. арк. 8. Умов. друк. арк. 7,44. Обл.-видавн. арк. 7,7.
Наклад 100 прим. Зам. № 8028/1.

Віддруковано ФОП Корзун Д.Ю. з оригіналів замовника.
Свідоцтво про державну реєстрацію ФОП
серія B02 № 818191 від 31.07.2002 р.

Видавець ТОВ «ТВОРИ».
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК № 6188 від 18.05.2018 р.
21027, м. Вінниця, вул. Келецька, 51а, прим. 143.
Тел.: +38 (098) 46-98-043, +38 (096) 97-30-934,
+38 (093) 89-13-852, +38 (0432) 603-000.
e-mail: info@tvoru.com.ua
<http://www.tvoru.com.ua>

ЗМІСТ

УКРАЇНСЬКЕ СУЧАСНЕ МОНУМЕНТАЛЬНЕ СКЛО В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО СТУДІЙНОГО РУХУ Бенях Наталія Миронівна.....	5
БЛОГЕРСТВО В КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЯХ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ Бугайов Микола Вікторович	8
КРЕАТИВНИЙ РЕСУРС ПАРКУ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ЛОКАЛЬНОГО КУЛЬТУРОТВОРЕННЯ Бутенко Вікторія Петрівна	11
КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В МУЗИЦІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ВИМІР Горова Віталія Олександрівна	13
НОВІ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ДИЗАЙНІ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ Дерман Лілія Миколаївна.....	15
КРЕАТИВНЕ ОСВОЄННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ РОЗВИТКУ УРБТУРИЗМУ) Дичковський Степан Іванович.....	18
КРЕАТИВНІ ВИКЛИКИ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ВБРАННІ Долеско Світлана Валеріївна	20
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЇ В УМОВАХ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ Смець Наталія Анатоліївна	23
ПРОЄКТ «КОМУНІКАЦІЙНА КАМПАНІЯ ГАЛЕРЕЇ ЛНАМ»: ПРОМОЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДЕЖНОГО АРТ-ПРОСТОРУ В РЕАЛІЯХ 2020 Р. Єфімова Анна	26
ТУРИЗМ УКРАЇНИ ЯК ПРОЯВ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ ТЕНДЕНЦІЇ Зінченко Віктор Анатолійович.....	29
TO BE A FATHER ACCORDING TO THE TEACHINGS OF JOHN PAUL II Kawa Janusz.....	31
КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ФАХОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРА КУЛЬТУРИ Копієвська Ольга Рафаїлівна,	37
COVID-19 - A CHALLENGE OR HOPE FOR THE ELDERLY Kawa Janusz.....	40
КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІВЕНТУ Кофанова Ольга Андріївна.....	49

ХУДОЖНЯ СТРУКТУРА СУЧАСНОГО ЕСТРАДНОГО ВОКАЛЬНОГО НОМЕРА Крипчук Микола Володимирович	52
АРТ-ЯРМАРКИ ОНЛАЙН: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД Кулікова Вікторія Андріївна	56
БЕНДЖАМІН ФРАНКЛІН ЯК СИМВОЛ ІДЕЇ КРЕАТИВНИХ СТУДІЙ Кузьменко Едуард Костянтинівич	59
КЛАСТЕРИ В КРЕАТИВНИХ СЕКТОРАХ Łyżwa Edyta (Едита Лижва)	61
WSPÓŁCZESNE FORMY POMOCY OSOBOM UZALEŻNIONYM dr inż. Myjak Krzysztof	65
СТВОРЕННЯ УМОВ ДЛЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ Меднікова Галина Сергіївна	76
ОНЛАЙН РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МИСТЕЦЬКОЇ ІНСТИТУЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ГАЛЕРЕЇ ЛНАМ Новачинський Юрій Михайлович	80
ФЕНОМЕН КОРЕЙСЬКОЇ ХВИЛІ ЯК ПРОЯВ МЕТАМОДЕРНОЇ ЮВЕНАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРИ Осадча Лариса Василівна.....	83
PRIORITY ASPECTS OF CULTURAL MANAGER FORMATION: CHALLENGES OF THE NEW REALITY Плецан Христина Василівна	85
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТУДЕНТСКИХ EVENT - ЗАХОДІВ Поленкова Марина Володимирівна, Довгопол Надія Григорівна	90
ФАНДРЕЙЗІНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ЧАСИ ЗМІН Салата Олена Олександрівна	93
КРЕАТИВНИЙ ХАБ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ Сенько Тетяна Владиславівна.....	97
STANISLAV ZHUKOVSKY AND USA: LIFETIME EXHIBITIONS AND AUCTIONS Zadoia Anatolii Oleksandrovych, Syzonenko Iryna Gryhorivna.....	99
СУЧАСНІ ПРАКТИКИ АЛГОРИТМІЧНОГО АНАЛІЗУ АРТЕФАКТІВ Совгира Тетяна Ігорівна	106
ОСОБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ФАНДРАЙЗІНГУ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ Співак Марія Василівна, Яковенко Ірина Петрівна.....	108

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ МИСТЕЦЬКИМИ ПРОЄКТАМИ Тадля Олександр Миколайович	111
СОЦІАЛІЗАЦІЯ ЧЕРЕЗ НАВЧАННЯ З ПОЗИЦІЇ АНАЛІТИЧНОЇ ФІЛОСОФІЇ ОСВІТИ Троїцька Олена Михайлівна, Пешев Олег Олегович.....	114
КУЛЬТУРНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ У СФЕРІ МУЗЕЄЗНАВСТВА І ПАМ'ЯТКОЗНАВСТВА: НОВАЦІЇ МУЗЕЙНОЇ ПЕДАГОГІКИ Ціватий Вячеслав Григорович	117
ГРАНТОВА ПІДТРИМКА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО ФОНДУ Чорна Мілена Михайлівна	121