

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ДНІ НАУКИ НАКККиМ – 2010

М а т е р і а л и
студентської науково-практичної конференції
Інституту соціально-культурних комунікацій та менеджменту
НАКККиМ

**ІНТЕГРАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК
СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА:
ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ**

21 квітня 2010 року

Київ – 2010

Дні науки НАКККиМ – 2010. Інтеграційний розвиток сучасного суспільства: економічні, соціально-культурні та інформаційні аспекти : Зб. матеріалів студентської науково-практичної конференції Інституту соціально-культурних комунікацій та менеджменту НАКККиМ (21 квітня 2010 року). – К.: НАКККиМ, 2010. – 112 с.

Збірник містить матеріали студентської науково-практичної конференції, проведеної Інститутом соціально-культурних комунікацій та менеджменту Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв 21 квітня 2010 року. До збірника увійшли тези доповідей, в яких, відповідно до заявлених секцій, розглядаються такі проблеми: "Інформаційний розвиток сучасного суспільства", "Економічний розвиток сучасного суспільства", "Соціально-культурний розвиток сучасного суспільства".

*Відповідальний
за випуск*

І. В. Богданова-Борденюк,
старший викладач
кафедри менеджменту
інформаційних технологій
і стандартизації

Редактор

В. М. Кручик

Комп'ютерна верстка

С. І. Супруненко

Рекомендовано до друку
Радою Інституту соціально-культурних
комунікацій та менеджменту НАКККиМ

СЕКЦІЯ І. ІНФОРМАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Мотижен Віталій (ДР-08)

Науковий керівник:

Шевченко В.І.,

доктор філософії, професор

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК УПОРЯДКУВАННЯ У СФЕРІ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА ТА ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Історія розвитку стандартизації як науки з упорядкування людської діяльності пройшла великий шлях і набула міжнародного характеру; вона забезпечує проведення цілісної технічної політики в державі.

Можна припустити, що необхідність в стандартизації одними з перших відчули мисливці, які використовували лук і стріли ще за часів первіснообщинного устрою. Варто також згадати і першого "стандартизатора" бібліотечної справи, а саме царя Вавілонії (4 т. до н. е.) Хаммурапі, який створив першу бібліотеку клинопису. Цим було започатковано основи упорядкування та систематизації в архівній справі і документознавстві.

Другим етапом в історії розвитку стандартизації виділяють етап внутрішньозаводської стандартизації. У другій половині XIX ст. роботи з стандартизації здійснювались майже на всіх промислових підприємствах. Завдяки внутрішньозаводській стандартизації виробів, що виготовляють, стала можливою раціоналізація процесів виробництва; єдина мета, яку при цьому переслідували підприємці – отримання вищих прибутків.

Під кінець XIX ст. і на початку XX ст. були досягнуті великі успіхи у розвитку техніки, промисловості і концентрації виробництва. У зв'язку з цим в найрозвиненіших в економічному сенсі країнах з'явилося прагнення до системної (не фрагментарної) стандартизації, яке в більшості випадків було завершено створенням національних організацій із стандартизації.

З розвитком промислового виробництва стандартизацію почали розвивати також і в міжнародному масштабі.

У 1946 р. в Лондоні була заснована Міжнародна організація з стандартизації (ISO), до складу якої увійшли 33 країни. В даний час ISO є найбільшою міжнародною організацією, яка об'єднує більше 150 країн.

Перші відомості про стандартизацію в Росії відносять до 1555 р. За Івана Грозного спеціальним указом було встановлено постійні розміри гарматних ядер і введені калібри для перевіряння цих розмірів. Але ще раніше

російські будівельники застосували цеглу "стандартної форми", створюючи з обмеженого числа цегляних профілів безліч різних поєднань.

На початку XIX ст. методи стандартизації були широко застосовані при організації масового виробництва стрілецької зброї на Тульських збройових заводах.

До початку Великої Вітчизняної війни в СРСР існувало більше 6000 стандартів. Більше 35% з них стосувалися машинобудування і металургії. Високий рівень стандартизації в промисловості багато в чому зумовив її готовність до функціонування в умовах війни. Велика Вітчизняна війна зумовила необхідність перебудови стандартизації відповідно до воєнної ситуації і задач максимального задоволення потреб фронту і тилу. За роки війни було затверджено більше 2000 нових стандартів і понад 1000 стандартів були змінені у зв'язку з умовами воєнного часу.

Діловодство – від старовинного "виробництво справ" – процес прийняття рішень на підставі документів. Основними завданнями діловодства є: забезпечення ефективного процесу управління, утворення документів, зберігання, забезпечення доступу до документів.

Діловодство у своєму розвитку пройшло декілька етапів:

I етап: приказне діловодство (XV-XVII ст.);

II етап: колегське діловодство (з XVIII ст.);

III етап: виконавче діловодство;

IV етап: радянський період розвитку діловодства.

Документування – запис за встановленими стандартними формами управлінських рішень та дій з метою їхнього закріплення та передачі.

Поняття "документ" є центральним, фундаментальним у понятійній системі документознавства. Воно відображає ознаки реального існування предметів, які служать об'єктами практичної діяльності зі створення, аналітико-синтетичного оброблення, зберігання, пошуку і використання документної інформації в суспільстві.

Архівознавство має власну багату і різноманітну джерельну базу, завдяки чому воно й стало окремою науковою системою. Джерельна база архівознавства охоплює загально-історичні та спеціальні архівознавчі джерела. Архівознавство, будучи порівняно молодого наукою, має широку історіографію. Її можна трактувати як галузь знань про історію розвитку архівознавчих досліджень. До завдань історіографії джерелознавства належить вироблення наукової періодизації розвитку архівознавчих знань, виявлення найвагоміших наукових концепцій, з'ясування внеску вчених у розвиток архівознавства.

У XX ст. простежуємо кілька етапів дальшого розвитку українського архівознавства, які за хронологічними рамками співпадають з основними періодами української історичної науки, а також історії архівної справи. Рубіжною віхою другого етапу, що охоплює перші три десятиріччя, стала

Українська народно-демократична революція 1917-1920 рр., під час якої відродилася Українська національна держава, згодом знищена більшовиками. Національне державотворення дало поштовх виробленню державної політики в архівній галузі та її стандартизації, офіційному заснуванню Національного архіву, Національної бібліотеки, Української академії наук та історичної секції в її структурі. Національну архівну справу започаткувала і Західно-Українська Народна Республіка, але реалізувати її, в силу драматичних подій, не вдалося.

Проблеми документування функціонування організацій і керування документацією є настільки ж давніми, як і самі документи. На сьогодні стандарти у сфері документознавства актуалізують на основі стрімкого розвитку нових інформаційних технологій, прискореною інформатизацією суспільства.

Документознавство – це наука про документ і документарно-комунікаційну діяльність. Це наукова дисципліна, в межах якої вивчають закономірності створення і функціонування документів, розробляють принципи побудови документарно-комунікаційних систем і методи їхнього функціонування. В документознавстві досліджують документ як джерело інформації і засіб соціальної комунікації.

Основоположником науки документації є Поль Отле. Він пропонував назвати науку, що вивчає документарну діяльність, бібліологією або документологією, що було пов'язане з ототожненням книги і документа.

Документознавство як інтегрована наукова дисципліна тісно пов'язане з діловодством, книго-, бібліотеко-, архівознавством, інформатикою й ін. При більш широкому підході до складу документознавства можна віднести історичне джерело і музеєзнавство, семіотику, текстологію, кодикологію й інші науки.

Стандартизація в архівній справі ніколи не мала домінуючих позицій, що можна пояснити усталеною практикою суспільного розуміння стандартизації як процес встановлення цілісних (устандартованих) вимог на готову продукцію, напівфабрикати, сировину й матеріали.

Стандартизацію архівної справи треба розглядати лише у контексті загальнонаціональної стандартизації і для розуміння її проблем варто чітко визначити, що таке технічна політика України в цілому, що таке технічні регламенти, чому вони є обов'язковими, а стандарти – ні. Адже і стандарт (англ. – standart), і регламент (франц. – reglement від regle – правило), і норма (нім. – die Norm, від латин. – norma-правило) це іншомовні запозичення і означають одне – правило! Тому українським чиновникам від стандартизації пора вже визначитись, що згідно інформаційної логіки, українському суспільству ближче і зрозуміліше – іншомовні запозичення чи наше правило!

Новий етап стандартизації в архівній справі розпочався 1998 року з прийняття першого вітчизняного галузевого стандарту ГСТУ 55.001-98

"Документи з паперовими носіями. Правила зберігання Національного архівного фонду. Технічні вимоги". Згодом були підготовлені Українським науково-дослідним інститутом архівної справи та документознавства і дотримані згідно експертних висновків Укр. НДІ ССІ та затверджені Держстандартом України ДСТУ 4163-2003 "Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів", ДСТУ 2732-2004 "Діловодство і архівна справа. Терміни та визначення понять" (набуває чинності з 1 липня 2005р.), ГСТУ 55.002-2002 "Фотодокументи. Правила зберігання Національного архівного фонду. Технічні вимоги", ГСТУ 55.003-2003 "Кінодокументи. Правила зберігання Національного архівного фонду. Технічні вимоги". Це свідчить про певні здобутки стосовно упорядкування функціонування галузі на основі стандартизації.

Діловодство – це діяльність, що охоплює галузь документування в процесі реалізації управлінських рішень. Дотримання вимог стандартів з діловодства у практичній площині функціонування органів управління та в процесі документування має сприяти встановленню чіткого організаційно-технічного порядку, викорененню бюрократизму й тяганини.

Стандартизація документів є виправданою усталеною практикою майже у всьому діловому світі і позбавляє документи надлишковості за рахунок економії мовних та технічно-зображувальних засобів.

Устандартовані терміни – явище термінологічної мисленнєво-мовленнєвої культури фахівців предметної галузі знань. Потреба суспільства в упорядкуванні фахової термінології, як фактору взаєморозуміння, в тому числі в архівній справі та документотворенні, є очевидною і не викликає сумніву.

Стандартизацію поняттєво-термінологічної системи офіційних документів треба розглядати як ефективний спосіб скорочення невиправданого інформаційного надлишку за рахунок економії мовних засобів, уніфікованості понять, економії часу на пошук в словниковій базі невідомих чи незрозумілих слів, іншомовних запозичень тощо.

Уніфікація управлінських документів нерозривно пов'язана з їхньою подальшою стандартизацією, тобто перетворенням уніфікованих форм чи уніфікованих систем документації на устандартовані, в тому числі термінологічно, документи загального користування в межах держави, тобто від наукових досліджень стосовно потенційного об'єкту стандартизації до розроблення власне стандартів та їхнього методичного і експлуатаційного супроводу, в тому числі в архівній справі та документотворенні.

У міжнародних стандартах керування документацією як інформаційною продукцією визначено як частку системи управління якістю, що базовано на вимогах, формалізованих у стандартах серії ISO 9000, ISO 10000 та ISO 14000. Ці стандарти вже впроваджують провідні підприємств-

ва України. Стандарт ISO 15489 – це виклад оптимальної методики управління документацією, що призначена як для фахівців у галузі управління документацією, так і для спеціалістів з інших сфер діяльності, зокрема розробників нових інформаційних програм і систем.

Отже, стандартизація є невід’ємним елементом та вагомим чинником упорядкування в діловодстві та архівній справі. Беручи до уваги сьогоднішній досвід впровадження міжнародних стандартів, в Україні допрацьовано гармонізований ДСТУ ISO 15489, якому надано чинності в 2007 році. Доцільним також є внесення національного аналогу стандарту додатків із зразками документів згідно з установленою вітчизняною практикою, його узгодження з нормативно-правовою базою України, з нормативними посиланнями на акти, якими регулюють ті чи інші процедури.

Юдіна Олена (МІС 209/дм)
Науковий керівник:
Шевченко В.І.,
доктор філософії, професор

МЕНЕДЖМЕНТ ІНВЕСТУВАННЯ У ШОУ – БІЗНЕС

Культура будь-якого суспільства являє собою цілісну систему з властивими їй ознаками. На основі системного аналізу культури можна прогнозувати тенденції її розвитку, взаємодію між різними її складовими. Шоу-бізнес є однією зі складових культури сучасного суспільства, яка, з одного боку, виникає і розвивається в певному соціокультурному контексті і відбиває особливості його як цілісної системи, а з іншого – суттєво впливає на розвиток культури в цілому. Ознаками шоу-бізнесу є одержання прибутку, видовищність, масовість та популярність.

Щоб вдало поєднати бізнес і мистецтво, маючи з цього й економічну вигоду, й естетичну насолоду, потрібно докласти неабияких зусиль. Які, в свою чергу, треба вміти спрямувати в правильне русло, тобто – в шоу-бізнес, бо це, передусім, – комерційна діяльність у галузі масової культури, тобто цілеспрямована системна діяльність з організації створення, тиражування, масового поширення та споживання творів виконавських жанрів мистецтва (музики, театру, інших шоу, екранних мистецтв) з метою отримання прибутку.

Мистецтво є втіленням емоційно-чуттєвого досвіду людства. З іншого боку, воно має певний соціальний резонанс, часом досить специфічний. Це повною мірою стосується шоу-бізнесу, що виник на стику бізнесу й мистецтва, саме подвійність його природи обумовила наявність двох напрямів у соціологічному дослідженні цього явища, спрямованих на аналіз

його комерційного і мистецького аспектів. Оскільки шоу-бізнес є специфічною сферою, що має безпосереднє відношення до мистецтва, він має і свої специфічні проблеми, серед яких – проблема художньо-естетичного рівня шоу-продукту. З неї логічно витікає питання про співвідношення в шоу-бізнесі художнього і "позахудожнього", а точніше – про те, якою мірою мистецький твір, що стає предметом шоу-бізнесу, можна вважати художнім. З одного боку, шоу-бізнес – це все-таки бізнес, який не може існувати без "позахудожніх" елементів, з іншого – це шоу як специфічна художня ознака шоу-бізнесу. Тому розуміння оптимального співвідношення в шоу-бізнесі художнього і "позахудожнього" неоднозначне навіть у професійних колах. Але зрозуміло одне: що ця проблема, як і проблеми художності, формування потреб споживачів, естетичного виховання молоді, в шоу-бізнесі можуть бути розв'язані з позицій бізнесу.

Шоу-бізнес є бізнесом у широкому розумінні цього слова. Адже комерційна спрямованість є ключовою характеристикою шоу-бізнесу, оскільки поза нею бізнесу не існує взагалі.

Основна передумова існування шоу-бізнесу в будь-якій країні – наявність суспільства масового достатку. Брак такого суспільства означає відчутність того загалу населення, який уможлиблює перетворення виконавських мистецтв на власне бізнес.

Менеджмент – система взаємовідносин між керівником і підлеглим – визначає якість виконання поставлених завдань. Слово "менеджмент" походить від англійського "manage", що, значить, "керувати".

Тобто, говорячи про менеджмент, необхідно розглядати як ієрархічний процес в цілому, так і рядового менеджера як особистість. Всім відомі основні функції менеджменту: організація, контроль, координація, регулювання, передбачення, активізація та дослідження. Історично склалося, що менеджмент – це управління в умовах ринкової економіки, тобто це поняття, пов'язане зі зміною форм власності і збільшенням ролі людського фактора.

Шоу-бізнес є сферою обертання величезних капіталів, що чекають свого застосування, а також великих творчих ідей, які й будуть втілюватися за допомогою фінансових вкладень. А знайти розумне і прибуткове застосування грошам – також одне із завдань продюсера.

Менеджмент регулюється законами розвитку ринкової системи господарювання і спрямований на гнучке пристосування шоу-бізнесової діяльності до умов ринку, які змінюються. Підхід до менеджменту шоу-бізнесу як до процесу розглядає останній як систему, у якій діяльність – це не одноразова дія, а серія взаємозалежних і взаємопов'язаних ділових акцій, що матеріалізують функції управління і спрямовані на досягнення цілей організації шоу-бізнесу. "Функція" в перекладі з латинської означає "виконання, завершення" і тлумачиться як обов'язок, коло діяльності, при-

значення. Управлінська діяльність являє собою поєднання різних функцій (видів діяльності). Функції управління – це відносно самостійні, спеціалізовані і відособлені ланки управлінської діяльності.

Функції управління відображають конкретний зміст управлінської діяльності як самого менеджера, так і апарату управління, характеризують цей вид діяльності. Виконання функцією управління свого безпосереднього призначення можливе за умови наявності відповідного її змісту і певної структури у процесі її реалізації. Зміст функції складають дії, що реалізуються в її межах. Процес реалізації передбачає певну логічну послідовність дій і наявність структури як формального зв'язку цих дій між собою. Основні функції менеджменту шоу-бізнесу – планування, організація, мотивація, контроль і координація. Поняття "планування діяльності у шоу-бізнесі" може використовуватися у двох значеннях: перше – загальноекономічне, друге – конкретно-управлінське. В другому значенні планування – одна з функцій менеджменту, уміння передбачати майбутнє підприємства, фірми. Обидва аспекти планування тісно пов'язані між собою. Планування діяльності в організації шоу-бізнесу, проведення заходу шоу-бізнесу чи будь-якого бізнесового проекту передбачає визначення мети, необхідних ресурсів та розробку методів реалізації поставлених цілей, найбільш ефективних у конкретних умовах. Шляхом прогнозування на майбутнє і складання стратегічних планів забезпечується функціонування підприємства, фірми, організації шоу-бізнесу (продюсерської агенції, рекордингової компанії тощо).

Використана література:

1. Е. Жданова, С. Іванов, Н. Кротова "Управління та економіка в шоу-бізнесі" Москва, "Фінанси і статистика", 2003 рік.
2. А. Коновалов "Маленькі секрети великого шоу-бізнесу", Санкт – Петербург, "Пітер", 2004 рік.
3. С. Корнєєва "Як запалюють зірки. Технології музичного продюсування", Санкт-Петербург, "Пітер", 2004 рік.
4. Д. Дороті "Паблісіті та паблік рілейшнз", Москва, "Філін", 1996 рік.
5. Н. Хренов "Соціально-психологічні аспекти взаємодії мистецтва і публіки", Москва, 1991 рік.

Орехов Дмитро (MITIC-19)

Науковий керівник:

Шевченко В. І.,

доктор філософії, професор

3-D СКАНЕР ЛЮДСЬКОГО ТІЛА

Моєю метою під час дослідження теми був аналіз цього пристрою та зазначення галузей, у яких можна його застосувати. Також я акцентував увагу на значенні 3D-сканера і на його прикладі комп'ютерних технологій в повсякденному житті людини. 3D-сканування об'єктів – це новітня інформаційна технологія, яка, безперечно, має велике майбутнє. Застосовуючи звичайні методи, фахівець оперував тільки двома вимірами об'єкту дослідження, а з появою сканера нового покоління ми вже можемо відтворити 3D-модель.

Сучасний світ має тенденцію стрімкого розвитку. Цей процес не оминув і саму людину. Відповідно до глобальних змін клімату та інших функційних показників нашої планети людина змінює і спосіб свого життя – на жаль, він стає дедалі малорухливішим. Людство додає у вазі і досить суттєво, воно змінює свої розміри. Розвиток цієї тенденції досліджують світові компанії, які своєю продукцією (одяг, сидіння автобусів, літаків, подушок та ін.) роблять життя людей комфортнішим. Для забезпечення комфорту, у свою чергу, цим компаніям необхідні гнучкість виробництва та, як наслідок, астрономічна кількість якнайточніших вимірів. Застосовуючи 3D-сканер, можна суттєво полегшити цей процес, створюючи 3D-модель об'єкту контактним або безконтактним способом.

Застосовуючи сканер з технологіями XXI сторіччя, фахівці можуть прогнозувати тенденції розвитку легкої промисловості, виробництва пасажирського транспорту та інших галузей, на виробництвах яких застосовували дані стандарту розмірів людського тіла півстолітньої давнини.

У США та Великій Британії під час виробництва застосовують 3D-сканер. Суттєва користь нового методу сканування є у зниженні вартості кінцевої продукції завдяки швидкості отримання даних цим приладом. Стало можливим за короткий період часу створити точні стандарти для галузей промисловості. Перспективність нової методики можна підтвердити намірами деяких європейських держав запровадити в себе тіж методи стандартизації, які використали Франція та Англія.

Зі створенням нового методу сканування прискорився розвиток комп'ютерних технологій, для якого необхідний якісно новий підхід у відображенні отриманої інформації на моніторах ком'ютерів (стереоскопічні дисплеї, тривимірні кінотеатри). Цю технологію на сьогоднішній день розвивають та вдосконалюють. Перспективнішим у розвитку технології

3D-сканера є збільшення можливого діапазону розмірів об'єкту, який сканують: мінімальний розмір дорівнює 1 сантиметру, а максимальний – 10-тьом метрам.

Сьогодні користувачами 3D-сканування є дизайнерські та кінематографічні студії, виробники автомобілів та конструкторські дизайн-бюро.

Дослідивши літературу на цю тему, я роблю для себе декілька суттєвих висновків:

- незвичайний і високотехнологічний різновид діяльності не залишить байдужою жодної людини, яка хоч трохи знайома з сучасними ІТ-технологіями;

- 3D-модельовання сміливо можна порівняти з найпопулярнішими комп'ютерними мистецтвами;

- 3D-сканування – це систематичний процес знаходження координат точок, які належать складнопрофільним фізичним об'єктам з метою отримання їх просторових математичних моделей;

- застосовуючи технології 3D-сканування знижують собівартість продукції (наприклад, в результаті заміни аеродинамічних пристроїв в галузі літакобудування на просторовий математичний розрахунок процесу побудови та подальшого випробування планера літака);

- в основі 3D-сканування є контактний збір вузлових точок оператором, який є аналогічним способу використання комп'ютерної мишки, також застосовують лазерні датчики, ультразвук та магнітне поле;

- ситуація з ціною політикою на ринку 3D-сканерів значно не змінюється. Вони й досі є вартісними оптично-механічними пристроями;

- найбільш широко метод 3D-сканування застосовують у галузях: індустріальному дизайні, медицині, комп'ютерній графіці, анімації, архітектурі, військовій галузі, космонавтиці, археології (наприклад, створення віртуальних музеїв. Згадаємо хоча б негативний досвід з втратою практично всіх експонатів з музею старожитностей Межиріччя під час війни в Іраку).

Я вважаю, що 3D-сканування є не менш важливим досягненням людства, як фото. Мине небагато часу, і у кожної людини замість звичайного фотоапарату буде компактний 3D-сканер, який відтворить події у житті людини у зовсім новий спосіб.

3D-сканер – це поки що перший, але "крок" у поєднання в одне ціле віртуального світу та об'єктивної реальності.

Малько Анна (МІС-209/дм)

Науковий керівник:

Вишняков Л.Р.,

доктор технічних наук, професор

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОТРОННОГО СУСПІЛЬСТВА

На межі XX–XXI сторіч відбулися кардинальні трансформації соціальних інститутів, наукових основоположень, також зазнало змін й "банальне" (повсякденне) мислення людини. Виникло багато концепцій, які аналізують існуючі суспільні устрої, а також роблять прогнози щодо подальшого розвитку цих конструкцій.

Досить умовно можна виокремити два основні напрями сучасної футурології – індустріальний і конвергентний. Прихильники теорії конвергенції, як уже зазначалося, намагалися спрогнозувати процеси суспільного розвитку, виходячи з існування двох протилежних систем. У межах індустріального напрямку футурологічний характер мають різноманітні теорії так званого пост-суспільства. За підрахунками Белла, впродовж 60-70-х рр. з'явилося близько двадцяти визначень майбутнього суспільства з префіксом "пост": постбуржуазне суспільство Р. Дарендорфа, посткапіталістичне суспільство Р. Ліхтхейма і Е. Боулдінга, постцивілізація Г. Кана, постсучасне А. Етціоні та інші. Основним методологічним принципом усіх цих теорій є технологічний детермінізм, тобто твердження, що розвиток техніки визначає розвиток суспільства незалежно від його соціально-економічної структури. Роль науки, техніки, технології в розвитку суспільства гіперболізується. Англійський футуролог Ст. Котгров писав з приводу цього: "Основою формулювання наших уявлень про майбутнє є технологічний детермінізм, який стверджує, що машини творять історію. Індустріальна революція і тепер "нова індустріальна революція" є поняттям, які припускають, що технологія є джерелом руху сучасних соціальних систем".

В основу характеристики суспільства майбутнього беруться різні ознаки. Кількість ознак неоднакова у різних авторів. Проте, майже всі наголошують на розширенні сфери послуг, зростанні ролі науково-технічної інтелігенції, пишуть про загальний добробут, можливість задоволення різноманітних інтересів тощо.

Такий перелік ознак свідчить про те, що вони вибрані довільно, не становлять системи, що західні теоретики замість аналізу реалій суспільства майбутнього і закономірностей його виникнення змальовують ідеальну картину.

Концепцію "технотронної ери" у своїх роботах обґрунтував відомий політолог, професор Колумбійського університету З. Бжезинський.

У багатьох своїх працях, зокрема "Америка в технотронний вік" (1967), "Між двома віками. Роль Америки в технотронній ері" (1970), Бжезинський не лише прогнозує майбутнє, а й розвиває думку про провідну роль США в цьому майбутньому, називаючи їх "соціальною лабораторією світу". США, пише Бжезинський, під впливом науково-технічної революції вступили в нову еру – "технотронну". Він також поділяє думку про те, що саме техніка (особливо електроніка) стають основним фактором, який визначає соціальні зрушення, зміну звичаїв, соціальної структури, цінностей, суспільства в цілому".

У праці "Америка в технотронний вік" (1967) З. Бжезинський, конструюючи економічну систему "технотронного суспільства", виокремлює три сектори:

1. технотронний, в якому зосереджено нові галузі виробництва, засоби масової організації, сфери науки;
2. індустріальний, де сконцентровано традиційні галузі, робітники яких є матеріально забезпеченими;
3. доіндустріальний, в ньому переважають робітники з низькою кваліфікацією, низькими доходами.

Визначальні компоненти "технотронного суспільства":

- переважання сфери послуг;
- розвиток індивідуальних здібностей людини;
- доступність освіти;
- заміна мотиву нагромадження особистого багатства "моральним імперативом використання науки в інтересах людини", ліквідація "персоналізації" влади. Цю роль відіграє "еліта технотронного суспільства".

Він вважає також, що під впливом науково-технічної революції США вступили в нову "технотронну" еру, і саме техніка (особливо електроніка) стає основним чинником, який визначає соціальну структуру, цінності суспільства.

У "технотронному суспільстві" соціальні конфлікти виникають лише в доіндустріальному секторі, але їх завжди можна усунути, збільшуючи доходи осіб цього сектора. Це не становить проблеми, оскільки "американське суспільство в цілому досягло небаченого достатку, що стосується всіх класів".

Еволюція концепцій технологічного детермінізму пов'язана з новим етапом НТР, який розпочався на межі 80-х рр. У науковій літературі його називають "реіндустріально-ресурсозберігаючим". Новий етап НТР знову породив зливу футурологічних прогнозів. З'явилися концепції "телематичної", "мікроелектронної", "кабельної", "інформаційної" революцій, які усувають необхідність революції соціальної. Значного поширення набула, зокрема, теорія "інформаційного суспільства". Її прихильники вважають, що інформатика радикально змінить стан людини у суспільстві. В "інфор-

маційному суспільстві" розвинуті інформаційні системи даватимуть змогу безконфліктно вирішувати всі проблеми.

Зростає значення інтелектуальної компоненти, творчості. Інноваційні перетворення мали великий вплив на всю систему сучасної інформаційної економіки, оскільки створили соціальний напрям – інституціоналізм. Його прихильники у другій половині ХХ ст., використовуючи еволюційний підхід до історичного розвитку і принцип технологічного детермінізму, сформулювали концепцію "постіндустріального суспільства". Надаючи перевагу науковим знанням, Д. Бел звертає увагу на докорінну відмінність між концепцією "постіндустріалізму" та поглядами прихильників "індустріалізму", які всі суспільні зміни виводять тільки із прогресу техніки і технології.

Трилогія М. Кастельса "Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура" є панорамно-енциклопедичною роботою, яка описує ХХ–ХХІ століття, але українською мовою доступні перший ("The Rise of the Network Society") та частина третього ("End of Millennium") тому трилогії.

У роботі М. Кастельса зазначається, що поряд із змінами матеріальних технологій революційні зміни торкнулися також соціальної та економічної структур: жорсткі інститути жорсткої вертикальної спрямованості починають замінюватись гнучкими горизонталізованими мережами, завдяки яким відбувається вплив влади та обмін ресурсами. Формування міжнародних ділових та культурних мереж та розвиток інформаційних технологій – явища, які нерозривно пов'язані між собою.

Відправною точкою формування нової економіки, суспільства та культури виступають технології: "Технології – це суспільство, а суспільство не може бути зрозумілим або описаним без його технологічних інструментів". Тут ми помічаємо розходження М. Кастельса з концепцією ортодоксального марксизму, в якій зазначається, що технологія не детермінує історичну еволюцію та соціальні зміни. Хоча вчений й тяжіє до немарксистського напрямку у формуванні своєї теорії, та все ж вважає, що технології виступають потенціалом розвитку суспільства, що саме вони є ґрунтом для виникнення різноманітних соціальних змін. При цьому суспільство залишається вільним у виборі шляху свого розвитку. Саме тому монополізація технологій є негативним фактором для будь-якого суспільства: М. Кастельс зазначає, що якби ІВМ не розпочала масове виробництво персональних комп'ютерів, то невідомо, чи була би Америка зараз такою надпотужною країною.

Технологія як точне наукове поняття означає визначений комплекс наукових і інженерних знань, втілений у засобах, прийомах праці, наборах виробничо-речових чинників виробництва, засобах їхнього з'єднання для створення якогось продукту або послуги. Сучасне розуміння терміну "технологія" нерозривно пов'язане з машинізацією того чи іншого виробни-

чого або соціального процесу, що припускає його технологізацію, тобто переклад на новий рівень, що відповідає сучасним науковим, технічним та інженерним знанням.

У наш час людство переживає науково-технічну революцію, матеріальною основою якої є електронно-обчислювальна техніка. На базі цієї техніки з'явився новий вид технологій – інформаційні. До них належать процеси, де "початковим матеріалом" і "продукцією" (виходом) стала інформація.

Інформаційні технології – це машинізовані способи аналізу, синтезу, збереження, передачі, використання інформації у вигляді знань. Вони містять два основні елементи – апаратний та людський, останній з яких є головним.

Матеріальною основою сучасних інформаційних технологій є три основні технічні досягнення:

- поява нового середовища нагромадження інформації на фізичних носіях (магнітні стрічки, мікрофільми, магнітні та оптичні диски, напівпровідникові пристрої, тощо);
- розвиток засобів зв'язку, що забезпечують доставку інформації практично в будь-яку точку земної кулі без обмежень в часі та просторі, та масове охоплення населення засобами зв'язку (радіо, телебачення, мережі передачі даних, супутниковий зв'язок, телефонна мережа);
- можливість автоматизованого аналізу і синтезу даних за допомогою комп'ютера згідно заданого алгоритму.

В основу нової сучасної інформаційної технології, яка базується на широкому застосуванні персональної комп'ютерної техніки, покладені три основні принципи: інтегрованість, гнучкість, інтерактивність.

Інформаційні технології проникають як в професійну діяльність, так і в приватне життя. Вони впливають на міжнародний торговий баланс, рівень зайнятості, політику. В міру становлення інформаційного суспільства виникає потужна індустрія інформаційних технологій, призначена для задоволення потреб цього суспільства. Індустрія інформаційних технологій породжує нові види інформаційного продукту та засоби його доставки до споживачів.

В цілому сучасні інформаційні технології спрямовані на підвищення рівня автоматизації всіх інформаційних процесів, що є основою для прискорення темпів науково-технічного прогресу. Інформаційні технології дозволяють ефективно поєднувати технічні можливості обчислювальної техніки, електрозв'язку, інформатики. Вони спрямовуються на збір, нагромадження, аналіз та доставку інформації споживачам (вченим, інженерам, керівникам, лікарям, економістам) незалежно від відстані до джерел та обсягів, на автоматизацію одноманітних операцій управлінського процесу і підготовку аналітичної інформації для прийняття рішень.

Слива Ольга, Димніч Олександр (MITiC-29)

Науковий керівник:

Пишенична Л.Е.,

кандидат філологічних наук, професор

МОВНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ РЕКЛАМИ

Головним завданням будь-якої реклами є отримання максимальної уваги від цільового споживача серед величезної кількості реклами. Увагу можна розглядати як умовний механізм, який контролює обсяг і характер інформації, одержуваної споживачем.

Етапи створення рекламного звернення поєднують відповідні творчі процеси: розроблення рекламної ідеї, написання тексту, художнє оформлення й виготовлення макета.

Розроблення рекламної ідеї – ядро творчого процесу. Головне в цьому процесі – точно сформулювати мету рекламного звернення. Для досягнення ефекту можна використати кілька системних підходів. Один з них – евристичне мислення, тобто визначення декількох головних підпроблем у загальній проблемі.

Інший підхід – мозкова атака (брейн-шторм), коли рекламну ідею розробляє група людей (6 – 10 чол.). При цьому діє основне правило – критика заборонена. Чим більш фантастична ідея, тим вона краща, тому що може породити нові асоціації, а це і є мета більшості рекламних звернень. Як основу беруть ідеї, які з'являються в процесі мозкової атаки, потім їх поєднують і поліпшують.

При написанні рекламного тексту американський рекламолог Д. Кеплз рекомендує таке:

- користуйтеся особистим досвідом;
- пишіть від душі;
- враховуйте думку виробників рекламованого продукту;
- добре знайте товар та його споживчі переваги;
- досліджуйте рекламу конкурентів;
- змусьте працювати підсвідомість.

Обов'язковою частиною більшості рекламних звернень є слоган – рекламний девіз фірми. Він повинен відповідати таким основним умовам:

- бути зрозумілим цільовій аудиторії;
- коротким і легко запам'ятовуватись;
- оригінальним, що виключає подвійне тлумачення;
- відповідати менталітету націй.

Слоган базується на ключових словах: "уперше, ефективний, швидко, легко, це ваш шанс, тільки сьогодні" і т.д. Не рекомендується вживати

в слогані поняття "дорогий", "дешевий", "чорний", "брудний", "морок", а також слова, які можуть сприйматися як попередження або заборона.

Отже, реклама на телебаченні є доволі проблематичною для рекламістів. І найбільша проблема – так звана проблема "кнопки": перемикання каналу через небажання дивитися рекламу. Так, приблизно половина телеглядачів України перемикають канал, щоб не дивитися рекламу. Молоді люди вимикають канал частіше, ніж літні, чоловіки – частіше, ніж жінки. Прагнення до перемикання каналу проявляється в перші 5 секунд перегляду реклами, тому у рекламістів є шанс підтримати інтерес споживача. Для цього реклама повинна бути привабливою, складною і цікавою, а не просто "корисною" інформацією. В ідеальному випадку вона повинна так зацікавити глядачів, щоб вони захотіли її побачити або очікували б її появи.

Одним з найважливіших показників для телевізійної реклами є ступінь залучення уваги глядачів. Наприклад, споживачі, побачивши кілька разів один ролик, перестають звертати на нього увагу. Це явище називається зношуванням реклами. Щоб цього уникнути, рекламісти дещо видозмінюють ролик, демонструючи його в різних варіантах. Скорочені варіанти рекламного ролика притягують більше уваги, ніж повторення його в незмінному вигляді. Але ще більший ефект досягається, коли ці варіанти суттєво відрізняються один від одного: це різноманіття може викликати безліч асоціацій, пов'язаних з рекламованим товаром, в результаті споживач його легше запам'ятовує.

Фактор пригадування є важливим процесом у взаєминах реклами зі споживачем. Працюючи над створенням реклами, рекламісти прагнуть до збільшення показника рівня пригадування змісту рекламного звернення, оскільки це одна із складових частин логічного ланцюжка, що виникає у споживача, яка може привести його до дії. При низькій зацікавленості, коли споживачі не замислюються над тим, яку торгову марку придбати, пригадування грає важливу роль. У ситуаціях з високим ступенем зацікавленості (коли споживач ретельно аналізує інформацію про відмінності між товарами), пригадування про товар, його характеристики теж необхідно, тому що реально товар вибирається через деякий час після перегляду реклами.

В обох ситуаціях рекламне звернення повинно не тільки привертати увагу, але і при одному тільки пригадуванні про нього повинен виникати зв'язок з назвою товару. Рекламні досягають цього декількома способами:

- багаторазове повторення реклами. Забезпечує високий рівень заохочення купівлі товару;

- креатив в рекламі. На рекламні повідомлення, які виділяються креативністю, звертають більше уваги, їх частіше згадують. Для цього в рекламі використовують гасла або вірші, що викликають у споживача бажання повторити їх. Цілком зрозуміло, що в сценарії реклами необхідно віддавати перевагу встановленню зв'язку між назвою товару і його найва-

жливішими особливостями, а не привабливим рекламним трюкам, які можуть перешкодити споживачеві зосередити увагу на запам'ятовуванні важливих елементів, пов'язаних з товаром;

- повторення назви товару або відомостей, що стосуються особливостей його продажу. У телерекламі важлива як якість зйомок, так і звукового запису, щоб зображення були ясними, а звукове оформлення дозволяло чітко чути текст. Від того, наскільки буде згадуватися найменування товару, залежить рівень зв'язку найменування торговельної марки з побаченою рекламою, яка буде зберігатися у споживача.

Мовні засоби

Лексичний мінімум

Інформація, яку можна накопичувати в пам'яті не лише вербально, а ще й образно, згадується краще. Наприклад, образні слова (наприклад, "алігатор") запам'ятовуються краще, ніж менш образні (наприклад, "абстракція"). Вважається також, що образні слова частіше використовуються в повсякденності, тому це підвищує частоту переплутування.

Структурування текстів

Для поліпшення зрозумілості рекламних текстів використовують короткі пропозиції. У цілому, пропозиції тим зрозуміліші, чим вони коротші. Найкраще розуміють ті пропозиції, які містять не більше семи слів.

Правильна граматики рекламного тексту

Заперечення розуміються важче, ніж позитивно сформульовані пропозиції. Пропозиції можуть також стати незрозумілими внаслідок використання субстантивації (субстантивація – перехід слів якої-небудь граматичної категорії в іменники). Наприклад, формулювання "Після засипання цукру ..." менше зрозуміле, ніж "Після того, як ви засипали цукор ...".

Сучасна людина перебуває під впливом рекламного дискусу. Маючи потужний вплив на свідомість і підсвідомість адресата, саме реклама виробляє нові моделі поведінки, зокрема мовної. Копірайтер, як закулісна мовна особистість, більше впливає на молоде покоління, ніж учитель-мовник. Орієнтація на успіх, а не на мовну норму домінує в сучасному комунікативному просторі, а поняття "успішна комунікація" витісняє поняття "правильна комунікація".

Кажукало Юлія (МІС 209/дм)

Науковий керівник:

Пишенична Л.Е.,

кандидат філологічних наук, професор

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙМАННЯ РІШЕННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ

"Менеджмент" (management) – наука про найраціональнішу систему організування та керування. Загальна логіка процесу керування полягає в тому, що, насамперед, визначають мету, потім – заходи для її досягнення, нарешті ставлять завдання (план), виконання якого й призведе до поставленої мети. Основними стадіями керівничої діяльності є аналіз інформації, вироблення, приймання, здійснення та контролювання виконуваних рішень, які забезпечують нормальний хід процесів на керованому об'єкті за заздалегідь складеним планом, розробленим відповідно до поставленої мети [3, 11].

Під керівничим рішенням розуміють сукупність результатів творчого процесу суб'єкта і дій колективу як об'єкта керування з вирішення конкретної ситуації, яка виникла в зв'язку з функціонуванням даної організації як системи [4].

Керівничі рішення, спрямовані на вирішення конкретних керівничих завдань, характеризуються: невизначеністю, а в деяких випадках і суперечливістю умов; недостатністю інформації про можливі способи їх вирішення та чітких алгоритмів вирішення; необхідністю вирішення в обмежений час.

Розроблення вимог до керівничих рішень спричинена необхідністю їхньої відповідності об'єктивним законам менеджменту, цілям і функціям менеджменту. Основними вимогами є: своєчасність вироблення, приймання й здійснення; наявність механізму здійснення; оптимальність – забезпечення максимальної віддачі від потенційних можливостей у процесі здійснення рішення; можливість бути здійсненими, тобто забезпеченими відповідними ресурсами (керівничими, матеріальними, людськими, правовими); недопущення конфліктів; гнучкість – можливість зміни, корекції рішення у разі зміни умов, ситуації; можливість верифікації й контролювання виконуваних; оригінальність і несподіваність для конкурента; зрозумілість за формою й обґрунтованість.

Керівничі рішення мають ґрунтуватися на об'єктивних законах і закономірностях суспільного розвитку. Крім того, керівничі рішення істотно залежать від безлічі суб'єктивних чинників – логіки розроблення рішень, якості оцінювання ситуації, структуризації задач і проблем, визначеного рівня культури керування, механізму здійснення рішень, виконавської дисципліни.

Приймання керівничих рішень – процес, циклічна послідовність дій суб'єкта керування, спрямованих на вирішення проблем організації і генерації альтернатив, що полягають в аналізуванні ситуації, вибиранні з них найкращої і її досягнення.

Усвідомлення сутності приймання рішень допомагає краще зрозуміти наявні моделі приймання рішень: класична, поведінкова, ірраціональна, – а також методи приймання керівничих рішень, якісні і кількісні методи обґрунтовування рішень.

Потрібно пам'ятати, що приймання рішень відбувається не в організаційному вакуумі, а на тлі мінливих подій, як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі організації, і враховувати чинники, що впливають на процес приймання рішень: ступінь ризику, час, який відведений менеджером для приймання рішення, ступінь підтримування менеджера колективом, особисті якості менеджера, політика організації.

Для вироблення й приймання конкретного керівничого рішення менеджер має бути забезпечений об'єктивною, повною, вірогідною і наданою в потрібний час релевантною інформацією.

Процес приймання рішення характеризують комплексом "інтегральних" процесів інтелектуальної діяльності керівника і його апарата керування, доцільною організацією, науково-обґрунтованими технологіями.

Найбільш загальними етапами процесу приймання рішення є робота з інформацією (прийом, аналізування, подання й розпізнавання ситуації), підготування варіантів рішення, а також оцінювання ефективності обраного варіанта й приймання рішення. Кожний етап характеризується специфічними операціями й процедурами діяльності осіб, що приймають рішення, у різних умовах.

Рішення в менеджменті – це результат зв'язку, вид інформації, яка забезпечує нормальне протікання процесу в системі. Інформація на вході системи – виробнича задача; на виході – рішення, яке сформульовано у вигляді керівничої команди для впливу на об'єкт. Як елемент зворотнього зв'язку керівниче рішення тісно пов'язане з керівничим контролюванням, з одного боку, і керівничим впливом – з іншого [3].

Найскладніше завдання в практиці приймання керівничого рішення – інформаційне забезпечення. Труднощі визначено особливостями одержування інформації, організування роботи з нею осіб, що приймають рішення, оптимізації характеристик потоків інформації в системі керування. Завдання інформаційного забезпечення вирішують за допомогою оптимізації потоків інформації, що є в обігу у каналах керування, з використанням програмно-цільового підходу, обліковуванням особливостей діяльності людини в системі приймання рішення, що проявляються в об'єктивних і суб'єктивних чинниках.

Організувати інформаційне забезпечення приймання рішення в системі керування, що представляє складну ієрархічну структуру, доцільно за

результатами інформаційного аналізування та виходячи із принципів інформаційної логістики.

Для приймання керівничого рішення потрібно, щоб у відповідні органи керування надходила тільки інформація з потрібними кількісними і якісними властивостями й, у першу чергу, зі значеннєвими й ціннісними характеристиками.

Форми інформації на підприємстві: інформувальна (надходить від об'єктів керування до органів керування); керувальна (проходить у зворотньому напрямку); перетворювальна (інформація стратегічного рівня, що змінює алгоритми, програми, плани) [1].

Для налаштування інформаційного забезпечення в організації необхідно:

- проаналізувати показники інформаційних потоків, що є в обігу у системі керування (вирішується завдяки побудові математичної моделі, заснованої на застосовуванні апарата лінійних стохастичних мереж);
- зазначити інформаційні характеристики відповідно до загальних (інтегральних) критеріїв, щодо певних цілей керування організацією – оптимізація інформаційних характеристик потоків інформації в системі керування (вирішується накладанням "дерева цілей" даної системи на побудовану модель).

Діяльність будь-якої економічної системи, зокрема й підприємства супроводжується нагромадженням, зберіганням та аналізом величезних масивів інформації. Тому без засобів продуктивної переробки потоків "сирих", первинних даних ефективного керування економічними системами практично неможливе. Усе це зумовило необхідність автоматизації аналізу даних за допомогою комп'ютерного оброблення. Так, до видів комп'ютерних систем підтримування керівничих рішень належать:

1) ВІС – виконавчі інформаційні системи – це комп'ютеризована система, яка забезпечує прямий інтерактивний (on-line) доступ до релевантної і актуальної інформації в зручному і здатному до навігації по системі форматі для підтримування створювання менеджерами виконавчих рішень з використанням мережевих робочих станцій (ВІС "Commander EIS", "Command Center").

2) СППР – системи підтримування приймання рішення належать до інформаційних систем нового покоління, головне призначення яких полягає в забезпеченні комп'ютерною підтримкою приймання рішень з напівструктурованих та неструктурованих проблем (задач) організаційного керування на різних етапах підготування рішень і відстежування. СППР призначені допомагати робити обґрунтоване вибирання із певного переліку альтернатив (СППР Visual IFPS/Plus, Marketing Expert, MAPP).

У той час, як ВІС і СППР притаманні властивості моделювання та керування даними, складники презентації інформації в типових СППР є простішими, оскільки СППР розроблено, головним чином, для підтриму-

вання приймання рішень керівниками середнього рівня керування, а ВІС концентруються на підтримці приймання рішень найвищим керівництвом.

3) ЕС – експертні системи – це інтелектуальна комп'ютерна програма, що містить знання та аналітичні здібності одного або кількох експертів по відношенню до деякої галузі застосовування і здатна робити логічні висновки на основі цих знань, тим самим забезпечуючи вирішення специфічних завдань (консультування, навчання, діагностування, випробовування, проектування тощо) без присутності експерта (спеціаліста в конкретній проблемній галузі). Також визначається як система, яка використовує базу знань для вирішення завдань (надання рекомендацій) в деякій предметній галузі (ЕС "Помічник того, хто видає кредит", "План Пауер").

Практика застосовування перерахованих систем пов'язана з потребою вирішення трьох типів задач у процесі приймання рішень: добре структурованих (цілком формалізовані, кількісно сформульовані); напівструктурованих (змішані, містять кількісні і якісні елементи); неструктурованих (неформалізовані, якісно виражені).

Усі ці інформаційні системи (ВІС, СППР, ЕС) розроблені задля забезпечення релевантною інформацією для приймання ключових організаційних рішень.

Комп'ютерне моделювання в процесі приймання рішень сьогодні стає центральним напрямком автоматизації діяльності особи, що приймає рішення.

Нещодавно проведено дослідження, де одним із запитань було таке: "Як вплине на розвиток соціуму загальна підготовленість народу до приймання обґрунтованих керівничих рішень?" Була отримана відповідь: "Відбудеться соціальний вибух". Людина не готова приймати рішення й, у першу чергу, стратегічні. Потрібні культурно-розумові умови для створення колективного розумового процесу в прийманні рішень в керівничих ієрархіях. Потрібна принципова перебудова системи підготовки осіб, що приймають рішення.

Пітер Друкер зазначав: "Крім приймання рішень у керівників є й інші справи. Але рішення – тільки їхня відповідальність. Тому перша навичка керівника – приймання ефективних рішень" [2].

Використані джерела:

1. Колпаков В. М. Теория и практика принятия управленческих решений: Учеб. пособие / В. М. Колпаков. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: МАУП, 2004. – 504 с.
2. Ситник В. Ф. Системи підтримки прийняття рішень: Навч. посіб. / В.Ф.Ситник. – К.: КНЕУ, 2004. – 614 с.
3. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту: Навч. посібник / М. Г. Твердохліб. – К.: КНЕУ, 2000. – 208 с.
4. Тоценко В. Г. Методы и системы поддержки принятия решений / В. Г. Тоценко. – К.: Наукова думка, 2002.

Дрогаль Олена (МІС-209/дм)
Науковий керівник:
Пахомов І.П.,
кандидат технічних наук, професор

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ МУЛЬТИМЕДІА ТЕХНОЛОГІЙ

Варто зазначити, що мультимедіа технології значно вплинули на бізнес і способи його організації. Багато корпорацій вже не працюють тільки в одному місці; бізнес стає глобальним. Однією з причин настільки швидкого утворювання віртуальних корпорацій є використання інтерактивних технологій. Кожен може підключитися і обмінятися інформацією швидко, в миттєвому режимі, що дозволяє корпораціям оперативніше, ніж раніше, просуватися вперед. За рахунок використання інтерактивної технології вони тримають інформацію в своїх руках і тому можуть приймати ефективні рішення.

Мультимедіа не тільки впливає на хід економічного розвитку суспільства, народжуючи новий напрямок – електронний бізнес. Мультимедійні технології стають самостійним бізнесом і професійною галуззю діяльності. Комбінація цифрової технології та маркетингу принесла доходи, дозволила корпораціям будувати корпоративні цифрові мережі.

Існують різні мультимедіа технології, що можуть використовуватися в бізнес- напрямках.

Цифровий каталог. Цифрові каталоги у всьому світі поступово витісняють з лідируючих позицій свої паперові аналоги. Це своєрідна база даних зі своїм унікальним призначенням для користувача інтерфейсом і майже необмеженими можливостями роботи з інформацією. На перше місце виходить зручність користування інтерфейсом, пошук і структурування інформації. Не потрібно перегортати сотні сторінок у пошуках потрібної позиції. Функції шукання і сортування дозволять швидко знайти потрібну інформацію. Каталог може мати прозору динамічну структуру і легко поповнюється новою інформацією без істотних витрат. Співробітники компанії можуть використовувати такі каталоги в процесі роботи з клієнтами, а також надавати клієнтам для самостійного ознайомлення. Великий попит зараз мають також каталоги фірм і підприємств, каталоги товарів і послуг, галерей. Каталог може бути розширений системою формування замовлення, системою динамічного оновлювання через інтернет і багатьма іншими корисними модулями.

Бізнес-презентація (корпоративна презентація). Основна мета, на яку зорієнтована бізнес-презентація – це барвисте, яскраве представлення компанії, яке може містити таку інформацію: історія створення і розвитку фірми; опис діяльності; структура підрозділів; технології роботи; ділові партнери; персонал вищої ланки; досягнення компанії; плани на майбутнє.

Бізнес-презентації можуть задіяти широкий спектр сучасних мультимедійних технологій, зокрема анімаційні ефекти, відеоролики, 3D-графіку, звуковий супровід, flash-панорами і віртуальні тури. Це безцінна можливість зацікавити потенційних партнерів і інвесторів, сформувати корпоративний імідж, представити компанію в найвигіднішому світлі. Мультимедіа презентація дозволить перетворити читання сухих текстових рядків в яскравий захопливий процес. Гнучкі технічні можливості і інтерактивність роблять мультимедіа бізнес-презентації незамінним інструментом бізнесу в офісі, на переговорах, виставках, семінарах, презентаціях, спілкуванні з клієнтами і партнерами.

Цифрова візитівка. Якщо керівник великої компанії хоче справити позитивне враження, підтримати її імідж і престиж, можна скористатися перевагами цифрової візитівки. Компакт-диск з оригінальним малюнком, розміром звичайної візитівки (90x50 мм), може містити бізнес-презентацію компанії, корпоративний каталог або оффлайн-версію сайту. Цей формат дає змогу представити особу керівника на тлі його бізнесу. Окрім контактної інформації і фотографії, на цифровій візитівці клієнтам може бути представлена вся потрібна інформація про компанію, опис товарів і послуг. Така візитівка створює враження солідності і респектабельності фірми, а також вказує на творчий підхід до ведення бізнесу і про відкритість до вживання сучасних технологій.

Промо-презентація – це важливий чинник рекламної кампанії щодо просування конкретного продукту або послуги. Оригінальне мультимедійне рішення може містити повний опис продукту, його технічні характеристики, фотографії і ілюстрації, все те, що компанія хоче презентувати клієнтам і партнерам. Незвичайне подання інформації, використання різних анімаційних, фото- і відеоефектів дозволить зацікавити споживача, залучити і утримати його увагу на запропонованому продукті, ефектно піднести цільовій аудиторії всю потрібну інформацію про новий продукт.

Навчальні і тренінгові рішення. Процеси навчання і підвищення кваліфікації – невід’ємні частини життєдіяльності будь-якої компанії. Сучасні мультимедіа технології дозволяють оптимізувати цей процес з погляду фінансів і часу. Інтерактивна анімація, командні ігри, головоломки тощо дадуть змогу вивести процес навчання на якісно новий рівень. Окрім цього, можливість дистанційного навчання дає змогу одночасно охопити більшу кількість співробітників (з дотриманням єдиного корпоративного стандарту).

Промо-сайти і Rich-media реклама. Зі стрімким збільшенням Інтернет-співтовариства і розвитком Інтернет-культури в цілому усаники різних сегментів ринку прагнуть максимально використовувати потенціал всесвітньої мережі як комунікаційного інструменту для досягнення своїх ринкових цілей. Найефективнішим рішенням з точки зору комунікації і

креативності є промо-сайт. Яскравий і інформативний, він не лише залучає і зацікавлює товаром/послугою, але і формує ставлення до самої компанії; підсилює роботу заходів щодо промо-продажу, мерчендайзінгу, PR та ін.

Rich-media реклама (банер) є ефективним інструментом Інтернет-реклами. Високий рівень зацікавленості і відгуків відвідувачів досягається яскравим візуальним наповненням, довільною формою, інтерактивною анімацією і можливістю розміщення поверх основного контенту сторінки.

У проведенні конференцій і нарад використовують наступні мультимедіа технології.

Телефонні конференц-наради – це один з найпоширеніших на сьогоднішній день засобів взаємодії співробітників і ділових партнерів. Їх зазвичай реалізують засобами традиційної і IP-телефонії. Якщо працівника немає в офісі, він може брати участь в конференції за допомогою стільникового або стаціонарного телефону. Проте, в процесі телефонних нарад досить складно обговорювати документи і спостерігати за реакцією співрозмовника.

IP-телефонія – VoIP (англ. Voice over Internet Protocol) – система зв'язку, що забезпечує передавання мовного сигналу мережею Internet або будь-якою іншою IP-мережею. Сигнал каналом зв'язку передається в цифровому вигляді і, як правило, перед передаванням перетворюється (стискається), щоб вилучити надмірність. Послуги надаються незалежно від місця розташування, потрібне лише Інтернет-з'єднання, для підключення до провайдера VoIP. Той факт, що телефонний дзвінок перебуває в тій самій мережі передавання даних, що і персональний комп'ютер користувача, відкриває дорогу багатьом новим можливостям. Додаткова можливість – під'єднання прямих номерів в будь-якій країні світу.

Відео-конференц-наради. Від 40 до 60% робочого часу співробітники компаній можуть проводити на нарадах, зборах і тому подібне. Ефект "живого" спілкування створюють відеонаради, доповнюючи телефонний конференц-зв'язок. Вони дозволяють побачити співрозмовника, оцінити його реакцію. Системи відео-конференц-зв'язку працюють за протоколами H.323 в IP мережах і H.320 в мережах ISDN. Дає змогу поєднати послуги телефонного зв'язку і обміну даними. В даний час в устаткуванні з'явилася підтримка протоколу SIP для роботи по мережах IP. Шлюзи забезпечують функціонування системи відео-конференц-зв'язку на різномірних мережах IP/ISDN.

Web-пейджінг. В багатьох організаціях активно використовують різні форми чатів і web-пейджінга (найвідоміша серед них – ICQ, Skype). Це обумовлено тим, що такий спосіб спілкування істотно економить час. Тому дана технологія потрібна в системі конференц-зв'язку.

ICQ – мережевий протокол, який забезпечує миттєве надсилання та отримання текстових повідомлень, а також назва програми миттєвого обміну повідомленнями, що реалізує цей протокол.

ICQ дає змогу не тільки обмінюватися повідомленнями, надсилати файли, грати через мережу в ігри. Зручна і нескладна система налаштування дає змогу самостійно обрати потрібний рівень конфіденційності – від простого до "засекреченого", коли користувач бачить всіх, а його не бачить ніхто.

Кожен користувач має свій особистий номер, який можна розміщувати на візитівках і інших ділових паперах, адже прямі контакти набагато ефективніші, ніж тривале листування (навіть E-mail-ом).

Популярною також є схожа програма QIP, що використовує протокол ICQ.

Skype – безоплатний програмний засіб, що надає безоплатний зашифрований голосовий зв'язок через Інтернет між комп'ютерами (VoIP), а також платні послуги для зв'язку з абонентами звичайної телефонної мережі.

На відміну від багатьох інших програм IP-телефонії, для передавання даних Skype використовує P2P-архітектуру. Каталог користувачів Skype розподілений по комп'ютерах користувачів мережі Skype, що дає змогу мережі легко масштабуватися до дуже великих розмірів (в даний момент більше 100 мільйонів користувачів, п'ять-десять мільйонів онлайн) без дорогої інфраструктури централізованих серверів.

Отже, у бізнесовій сфері мультимедіа технології розглядаються як новий засіб представлення на ринку товарів і послуг, сприяють зміцненню іміджу компанії, використовуються в бізнес-презентаціях, дозволяють економити час при навчанні персоналу.

Косенко Марина (МІС-209/дм)

Науковий керівник:

Моргунюк В. С.,

кандидат технічних наук, професор

АНАЛІЗУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ МАЙКРОСОФТ ОФІС, НА ВІДПОВІДНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИМ СТАНДАРТАМ УКРАЇНИ

Упровадження української мови в середовище комп'ютера – найпоширенішого сучасного інтелектуального засобу, що так стрімко проникає в наше повсякденне життя, – це надзвичайно важлива й актуальна справа. Для нас, українців, проблема мовної локалізації комп'ютера сьогодні є вже не стільки технічна, навіть не стільки лексикографічна, скільки екзистенційна (життєва), бо торкається реального функціонування української мови в усіх сферах людської діяльності. Адже саме через "спілкування" з комп'ютером мовою його мультимедійних засобів відбувається неповторний навчально-виховний процес формування та розвитку майбутнього покоління.

Інтерфейс (від англ. interface – поверхня розділу, перегородка; рос. интерфейс – интерфейс, -су, узгоджування, спряжування) – сукупність засобів і методів взаємодії між елементами системи.

Залежно від контексту, поняття, застосовне до окремого елемента (інтерфейс елемента), так і до взаємозв'язку елементів (інтерфейс сполучання елементів).

Приклади:

- клавіатура і миша – це інтерфейс комп'ютера в контексті "користувач – ЕОМ";
- адреса електронної пошти – це комунікаційний інтерфейс користувача Інтернет;
- англійська мова – основний комунікаційний інтерфейс між користувачами Інтернет;
- протокол передавання даних – частина інтерфейсу клієнт-серверної архітектури.

Цей термін використовують практично у всіх галузях науки і техніки. Він стосується будь-якої взаємодії складників системи. Під інтерфейсом розуміють не лише пристрої, але і правила (протокол) взаємодії цих пристроїв.

У контексті окремого елемента "інтерфейс елемента" протилежний до "реалізації елемента" (внутрішньому устрою і функціонуванню). Користувачеві елемента не потрібно знати, як створено застосовуваний елемент, щоб керувати ним, але застосовуваний елемент повинен надати інтерфейс керування. Наприклад, водієві зовсім не обов'язково знати, як влаштований двигун, щоб керувати автомобілем, досить користуватися інтерфейсом автомобіля (кермом і педалями).

Інтерфейси – це основа взаємодії всіх сучасних інформаційних систем. Якщо інтерфейс якого-небудь об'єкта (персонального комп'ютера, програми, функції) не змінюється (стабільний, устандартований), це дає змогу модифікувати сам об'єкт, не перебудовуючи принципи його взаємодії з іншими об'єктами.

Наприклад, навчившись працювати з одною програмою під Windows, користувач з легкістю освоїть й інші – тому що вони мають однаковий інтерфейс.

У обчислювальній системі взаємодію можна здійснювати на призначеному для користувача, програмному і апаратному рівнях. Відповідно до цієї класифікації можна виділити:

- інтерфейс користувача – це сукупність засобів, за допомогою яких користувач спілкується з різними пристроями;
- інтерфейс командного рядка: комп'ютеру дають інструкції, вводячи з клавіатури текстові рядки (команди);
- графічний інтерфейс користувача: програмні функції, представлені графічними елементами екрана;

- діалоговий інтерфейс;
- природно-мовний інтерфейс: користувач "розмовляє" з програмою на рідній йому мові;
- фізичний інтерфейс – спосіб взаємодії фізичних пристроїв;
- мережевий інтерфейс;
- шлюз (телекомунікації) – пристрій, що сполучає локальну мережу з більшою, наприклад, Інтернетом;
- шина (комп'ютер);
- нейро-комп'ютерний інтерфейс (англ. brain-computer interface): відповідає за передавання, або приймання, або обмінювання між нейронами (наприклад, мозку) і електронним пристроєм (наприклад, комп'ютером) за допомогою спеціальних імплантованих електродів.

Інтерфейси в програмуванні:

- інтерфейс функції;
- інтерфейс програмування застосунків: набір стандартних бібліотечних методів, що їх програміст може використовувати для доступу до функцій іншої програми;
- викликання вилучених процедур;
- com-інтерфейс;

Основні типи інтерфейсу роботи з користувачем.

Сучасні системи опрацювання даних мають інтерактивний доступ до ресурсів. В структурі такої системи можна виділити такі обов'язкові складники:

- програмний комплекс, який виконує основні функції;
- планувальник, що забезпечує виконання запитів користувача і зв'язок між складниками ядра;
- інтерфейс користувача, який підтримує діалог в термінах "світу користувача" і зв'язок з планувальником системи.

Підтримування "світу користувача" означає створювання таких умов для користувача, які дадуть йому змогу здійснювати інформаційну та керівну діяльність з використанням образів (об'єктів), що відповідає його уявленню про систему.

Сьогодні застосовують два основні типи інтерфейсу з користувачем:

1. на основі методу "see and point" ("дивись і обирай");
2. на основі мови команд "think and type" ("згадує і набирає").

Інтерфейс типу меню звільняє користувача від потреби вивчати мову – на кожному кроці діалогу команди подано у вигляді пунктів меню, з яких потрібно вибрати потрібне. Вада – потреба виконати велику кількість кроків, щоб виконати ту чи іншу дію.

У використанні інтерфейсу другого типу користувачеві потрібно пам'ятати всі команди та їх синтаксис (кількість і порядок атрибутів). Мова керування зручна та гнучка за достатньої кількості команд і відповідної підготовки користувача, який повинен знати призначення і синтаксис команд.

Загальноприйняті вимоги до інтерфейсу користувача.

Відомо, що один з найважливіших чинників, який впливає на ефективність використання стосунків, – це саме зручність інтерфейсу користувача. Саме практика дала змогу сформуванати загальноприйняті вимоги до інтерфейсу користувача:

- Технологічність використання означає підтримування такого стилю діалогу, який би давав працювати попередньо не ознайомленому з продуктом користувачу, і передбачає представлення в звичайному вигляді, а також широкі підказки про можливі дії користувача і реалізацію принципу "foolproof", тобто відповідну реакцію інформаційного продукту на довільні дії користувача. Іншими словами, інтерфейс повинен бути "дружнім" щодо користувача. Наприклад, зреалізовано принцип "Що бачите, те і маєте" ("What You See Is What You Get").

- Технологічність проектування визначає наявність інструментальних засобів (інтерактивних або пакетних), що дають змогу проектувати інтерфейс користувача, незалежно від програмної реалізації даного інформаційного продукту. Програми, що забезпечують інтерфейс, повинні відокремлюватися від його опису, що дає змогу використовувати ці ж програмні засоби для проектування.

- Персональність визначає можливість використання інтерфейсу користувача за "індивідуальним" проектом, використовуючи при цьому загальні методи проектування. Вона тісно пов'язана з черговою вимогою.

- Пристосовність забезпечено з одної сторони засобами програмного продукту (наприклад, запам'ятовування найчастіше виконуваних запитів), а з іншої сторони – засобами модифікування "світу користувача". Це означає змінювання зовнішніх специфікацій інтерфейсу під час експлуатування.

- Вбудовність зумовлено потребою зберігання інструментальної системи і означає наявність механізму, що забезпечує зв'язок користувача з планувальником для різних систем. Для цього розробляють протоколи, які забезпечують цей зв'язок.

- Прозорість інтерфейсу розглядають відносно операційної системи – користувач не повинен бачити повідомлення операційної системи і мати доступ мовою директив операційної системи. Іншими словами, інтерфейс користувача повинен підтримувати об'єктно-зорієнтовану модель "світу користувача".

- Наочність продиктовано бажанням створити користувачеві той рівень комфорту, який відповідає його роботі за столом – для цього на екрані повинна відображатися траєкторія попередніх дій, поточний стан "світу користувача" і можливі варіанти дій.

Таким чином, усвідомлення та опрацювання значення вимог до інтерфейсу користувача дасть змогу потенційному споживачеві повніше зрозуміти та сформуванати вимоги до програмних засобів, як неодмінного складника інформаційних технологій, а також оцінити його можливості.

Щербак В.М., Синенко Л.О., Свириденко Т.І.
(Київський енергетичний коледж)

Науковий керівник:
Вінічук І. М., доцент

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ

У процесі розвитку інформаційних технологій відбувся перехід подання інформації у вигляді окремих не залежних між собою локальних файлів до представлення у вигляді бази даних, тобто інтегрованої сукупності пов'язаних між собою файлів даних, якими управляє система керування базою даних. Такий розвиток технологічних засобів переробки інформації спричинив поступовий перехід від автоматизованих систем управління з позадачним підходом до автоматизації функцій управління, який полягав у створенні для кожної задачі свого алгоритму і набору інформаційних масивів, до сучасних багатофункціональних інформаційних систем і систем підтримки прийняття рішень, прикладами яких є такі потужні інформаційні системи, як R/3, Ваан, "Галактика". В управлінні розрізняють процеси інформаційні та організаційні, пов'язані з реалізацією управлінських рішень. Говорячи про автоматизовані системи у сфері економіки, розуміють саме автоматизовані інформаційні системи, призначені для автоматизації інформаційних процесів в економічних галузях. Інформаційна система менеджменту – це різновид інформаційної системи (ІС), її конкретизація щодо області застосування, тобто менеджменту. Важливим питанням створення інформаційних систем менеджменту є визначення її складу та функцій. У складі ІСМ виділяють забезпечувальну та функціональну частину. У функціональній структурі виділяють такі елементи: функціональна підсистема, блок, комплекс задач, задача. Склад функціональних підсистем залежить від прийнятої структуризації управлінських робіт, групування задач, вирішуваних об'єктом автоматизації. Функціональна підсистема інформаційних систем менеджменту – це відносно самостійна частина системи, яка характеризується певним цільовим призначенням, підпорядкованістю, відокремленістю інформаційної бази, методичною спрямованістю результатних показників і вироблених рішень й спеціалізацією робіт апарату менеджерів. В ІСМ виділяють такі головні підсистеми: ІС стратегічного менеджменту, ІС виробничого менеджменту, ІС фінансового менеджменту, ІС маркетингу, ІС управління персоналом. Крім названих, можуть бути виокремлені підсистема обліку та аудиту господарської діяльності, підсистема підприємницької діяльності та інші. Проблеми організаційного управління залежно від ступеня їх формалізації поділяються на проблеми структуровані (цілком формалізовані, кількісно

сформульовані), неструктуровані (неформалізовані, якісно виражені) та слабо структуровані (змішані), що мають як кількісні, так і якісні елементи. У менеджменті автоматизованому розв'язанню підлягають як структуровані, так і слабо структуровані проблеми. Перший клас проблем вирішується в ІС традиційного типу, а другий – у комп'ютерних системах підтримки прийняття рішень (СППР). СППР є порівняно новим класом інформаційних систем, що створювалися для підтримки розумової діяльності людини, яка приймає рішення у багатоваріантних задачах з високим ступенем невизначеності. СППР, використовувані в економічній галузі, мають у своєму розпорядженні широкий діапазон спеціальних методів прийняття рішень та універсальних економіко-математичних методів. Менеджери у своїй професійній діяльності досить часто зтикаються з необхідністю приймати рішення у проблемних ситуаціях – здебільшого у погано визначених (неструктурованих) умовах з неповною або нечіткою інформацією. Тому застосування комп'ютерних систем підтримки прийняття рішень у менеджменті обумовлюється нагальними потребами управління. Системи підтримки прийняття рішень впроваджуються у різних областях менеджерської діяльності. Прикладами таких систем є СППР для корпоративного планування SIMPLAN, СППР для фінансового планування IFPS, система для формування портфеля замовлень ISDS, СППР для розв'язання задач маркетингу PIMS. Разом із системами підтримки прийняття рішень в окремих областях менеджменту можуть використовуватися експертні системи, що є системами штучного інтелекту, які копіюють хід міркувань людини-експерта. Основні сфери їх використання – управління матеріальними ресурсами, оперативне управління виробництвом, маркетинг. Ефективність інформаційних систем менеджменту значною мірою залежить від способу організації та технічного рівня їхньої забезпечувальної частини. Це стосується технічної бази ІСМ, застосованих у ній програмних засобів, організаційної структури системи, прийнятої технології обробки інформації. При створенні інформаційної системи менеджменту на підприємстві мають використовуватися такі технологічні засоби обробки інформації, які відповідають сучасним стандартам і повністю задовольняють інформаційні та функціональні потреби менеджменту. Інформаційна технологія дає змогу інтегрувати різноманітні функції обробки інформації на одному робочому місці, включаючи розрахункові, довідково-інформативні, сервісні. Системи, побудовані за принципами нової інформаційної технології, у змозі гнучко реагувати на зміни у складі функцій та розв'язуваних ними задач, в алгоритмах розрахунку, в інформаційних потребах користувачів. Інтерактивний режим роботи системи забезпечує задоволення нагальних інформаційних потреб користувачів, оперативний обмін інформацією та реагування на запити. Характерними для нової інформаційної технології є робота користувача в режимі мані-

пулювання даними; наскрізна інформаційна підтримка на всіх етапах проходження інформації на основі інтегрованої бази даних; безпаперовий процес підготовки документа, при якому на папері фіксується лише його кінцевий варіант. В умовах нової інформаційної технології стають можливими колективне формування та заповнювання документів й адаптивна перебудова форм і способу представлення інформації у процесі розв'язання задачі. Найбільш загальна тенденція вдосконалення інформаційних систем – це децентралізація їхньої структури, яка базується на розподіленій (децентралізованій) обробці інформації. Суть таких систем полягає у тому, що дані обробляються на автоматизованих робочих місцях управлінського персоналу, які поєднуються між собою локальними або глобальними мережами передачі даних. У рамках підприємства створюються локальні мережі. Локальна обчислювальна мережа (ЛОМ) дає змогу розподіляти мережеві ресурси за допомогою певної топології, способу множинного доступу, протоколів зв'язку і мережевої операційної системи. Однією з тенденцій розвитку інформаційних технологій є напрямок технології клієнт—сервер. Цей підхід втілюється у технології зв'язування і впровадження об'єктів (OLE), організації локальних мереж і сітьових операційних систем, у глобальних мережах типу Internet, в архітектурі систем керування базами даних, в архітектурі пакетів прикладних програм. Архітектура системи керування базою даних (СКБД) типу клієнт—сервер передбачає розміщення клієнтської частини СКБД на робочій станції, а серверної – на комп'ютері – сервері баз даних. Робоча станція надсилає на сервер запити на одержання інформації. Ці запити обробляються на сервері серверною частиною СКБД і результати повертаються на робочу станцію. Така технологія є продуктивною через мінімізацію обсягу інформації, яка передається по мережі, краще забезпечує захист інформації від несанкціонованого доступу і цілісність даних. Як серверна частина СКБД найчастіше вибирається потужна СКБД класу Microsoft SQL Server, Oracle, Informix з розвиненими можливостями захисту даних, розвиненою мовою програмування, здатна працювати з розподіленою базою даних. Як клієнтська частина використовуються прикладні програми на FoxPro, Access або інших засобах, здатні звертатися до сервера із запитом через інтерфейс ODBC.

Упровадження та використання мереж автоматизованих робочих місць (АРМ) управлінського персоналу має багато переваг у разі організації виконання ними функціональних задач. До них належать можливість організації сукупної роботи користувачів через комп'ютерну мережу; можливість маневрування ресурсами у межах мережі; можливість резервування потужностей і перерозподілу навантажень; забезпечення доступу до всієї інформації та фондів алгоритмів і програм, накопичених у мережі. АРМ мають бути орієнтовані, в основному, на користувачів, слабо підготовлених для роботи на персональному комп'ютері або таких, що не мають

ніякої підготовки. Через це першорядного значення набуває раціональна організація діалогу між користувачем АРМ і комп'ютером. Структура локальних мереж АРМ відповідає прийнятій на підприємстві організаційній структурі управління. За характером використання АРМ у процесі управління класифікуються на індивідуальні та групові (для багатьох користувачів). В умовах ІСМ організація управління виробництвом орієнтована на високий ступінь автоматизації планово-облікових робіт, притаманний функціональним підрозділам цехів і підприємства в цілому.

Автоматизація технічної підготовки виробництва на рівні підприємства здійснюється в умовах АРМ конструктора та АРМ технолога у відділах головного конструктора та головного технолога. АРМ конструктора і АРМ технолога разом з АРМ технолога цеху виконують функції автоматизації проектування нових виробів, оптимальної технології обробки деталей, розрахунку зведеної застосовності предметів у виробі, розрахунку норм витрат матеріальних і трудових ресурсів на одиницю виробу. Автоматизовані робочі місця плановика та економіста планово-економічного відділу реалізують функції планування собівартості продукції, прибутку та рентабельності.

Системи автоматизації управління за ступенем завершеності розробки поділяються на дві групи:

- системи під замовлення (унікальні системи);
- системи, що адаптуються.

Системи під замовлення (унікальні системи) – це системи, що створюються для конкретного підприємства, не мають аналогів і не підлягають подальшому тиражуванню. Основою автоматизованої системи управління, що адаптується, є базова система, яка містить у собі пакети прикладних програм для розв'язання задач управління, засоби комплексування задач у необхідні конфігурації, засоби сполучання з іншими системами, зокрема, із САПР. Базова система дає змогу створювати для підприємства гнучку, придатну до модифікації інформаційну систему, в якій сполучаються типові підходи до розв'язання задач управління та специфічні особливості підприємства. Базові системи здебільшого орієнтовані на певний клас підприємств і функціональну структуру інформаційної системи управління підприємством. Ці ознаки впливають на вибір базової системи і на процес створення ІС. Прикладом засобу адаптації базових систем є методологія Orgware, використовувана фірмою BAAN. За повнотою функцій управління, що автоматизуються в інформаційних системах управління підприємством, організацією, можна виділити такі чотири групи:

1. Системи нижнього рівня Low-End – прості системи, призначені для автоматизації малих підприємств. Прикладами систем Low-End є невеликі бухгалтерські, торговельні та складські системи (фірми "Інфін").

2. Системи середнього рівня Middle-End – характеризуються більшою (порівняно з попередньою групою) глибиною і широтою охоплення функ-

цій. Вони потребують налаштування, яке здебільшого здійснюють спеціалісти фірми-розробника, а також навчання користувачів. Можливості систем цього рівня охоплюють автоматизацію десятків бізнес-процесів.

3. Системи вищого рівня High-End – мають розвинені механізми налаштування з великою кількістю встановлюваних параметрів, досить складні генератори звітів. Призначені для застосування на середніх підприємствах або в організаціях, що не висувають особливих вимог до функціональності та гнучкості систем управління. Проте функціональність таких систем вже є досить розгалуженою і передбачає автоматизацію сотень бізнес-процесів. Кількість користувачів системи може досягати кількох десятків. Працюють такі системи в мережах ПК у середовищі Windows NT, UNIX тощо. Прикладами систем High-End є "ІТ-підприємство" та "Галактика".

4. ERP-системи (Enterprise Resource Planning) – забезпечують управління всіма ресурсами організації, містять описи тисяч бізнес-процесів, можуть мати до 100 тис. налаштованих параметрів. Ці системи можуть працювати на різних платформах (NT, UNIX, AS/400,) і з різними потужними СУБД. Рівню ERP відповідають системи SAP R/3, BAAN, Oracle Application.

У галузі автоматизованих розрахунків перехід здійснюється від програм, які створювалися спеціально для кожної окремої задачі і реалізовували повністю формалізований алгоритм, до створення баз моделей, які мають у своєму складі широкий набір функцій та алгоритмів різних рівнів складності і дають змогу автоматично сформувати той чи інший алгоритм розрахунку залежно від функціональних потреб.

Зельцер Ірина (МІБ-118)

Філоненко Ігор (МІС-16)

Науковий керівник:

Вінічук І.М., доцент

ЛІНІЇ ТА КАНАЛИ ПЕРЕДАЧІ ДАНИХ В КОМП'ЮТЕРНИХ МЕРЕЖАХ

Локальна мережа є інтегратором різноманітних видів інформаційного обслуговування. Вона об'єднує всі засоби інформаційних технологій організації, значно підвищуючи їх ефективність в результаті отримання можливості спільного використання обладнання різними користувачами. Локальна мережа являє собою систему розподіленої обробки інформації, яка складається як мінімум з двох комп'ютерів, що взаємодіють між собою за допомогою спеціальних засобів зв'язку. Комп'ютери, що входять до складу мережі, виконують досить широке коло функцій, основними з яких є:

- організація доступу до мережі;
- управління передачею інформації;
- надання обчислювальних ресурсів і послуг абонентам мережі.

В свою чергу, засоби зв'язку покликані забезпечити надійну передачу інформації між комп'ютерами мережі. Звичайно, комп'ютерна мережа може складатися і з двох комп'ютерів, але, як правило, їх кількість в мережі більша. При цьому комп'ютерна мережа не являє собою просте об'єднання комп'ютерів – це досить складна система. Будь-яка комп'ютерна мережа характеризується:

- топологією,
- протоколами,
- інтерфейсами,
- мережевими технічними та програмними засобами.

На базі такої мережі функціонує електронна пошта, що дозволяє здійснювати пересилання змісту документів, отримання необхідних віз, спрямовувати документи в архів і на відправлення, виробляти операції з текстовими і графічними документами. Локальна мережа виникла у зв'язку з необхідністю передавати дані з високою швидкістю в межах невеликої території, наприклад, одного будинку або групи будинків, при значно менших витратах замість використання для передачі даних мереж загального користування з їх достатньо високими тарифами. При організації локальної мережі розробник, звичайно, зтикається з вибором: середовища, по якому передається інформація (провідна пара, коаксіальний кабель, оптичний кабель); конфігурації мережі та протоколів, що керують її роботою; апаратури системи передачі даних. Інформація стає об'єднуючою ланкою між кожною людиною і навколишнім світом. Нині від рівня інформованості залежить успішність будь-якої діяльності. Інформація за своїм обсягом і важливістю є продуктом, який можна порівняти з усіма іншими продуктами нашої цивілізації. Наявність в офісі, установі (підприємстві, цеху) локальної обчислювальної мережі створює для користувачів принципово нові можливості завдяки об'єднанню прикладних систем персональних комп'ютерів та іншого обладнання мережі. Впровадження локальної обчислювальної мережі дозволяє персонально використовувати обчислювальні ресурси всієї мережі, а не тільки окремого комп'ютера, створювати різноманітні масиви управлінської, комерційної та іншої інформації загального призначення, автоматизувати документообіг в цілому. З'являються можливості колективного використання різних спеціалізованих засобів та інструментів для вирішення певного кола професійних задач (наприклад, засобів машинної графіки, підготовки звітів, відомостей, доповідей, публікацій та інших документів). Крім організації внутрішніх служб, локальна обчислювальна мережа дозволяє розгорнути зовнішні, по відношенню до організації, такі служби, як телексий (телетайпний) зв'язок, поштова

кореспонденція, електронні дошки оголошень, електронні газети тощо, а також підтримує вихід в глобальні (регіональні) мережі та користування їх послугами. З розширенням бізнесу зростають витрати на офісні приміщення. При виконанні більшого обсягу робіт організації вимушені розширювати штати, що, в свою чергу, призводить до необхідності розширення площ. Це примусило деякі організації за кордоном розпочати експерименти з виконання певних робіт вдома (наприклад, ввід даних чи бухгалтерський облік). Завдяки під'єднанню домашнього персонального комп'ютера спеціаліста до комп'ютерної мережі компанії через регіональну мережу для цього працівника зникає необхідність кожного дня відвідувати організацію. Американський інститут інженерів з електротехніки і електроніки (IEEE) організував спеціальний комітет по розробці принципів функціонування локальних мереж і їхніх стандартів. В сучасних мережах домінуюче значення набула концепція "протокола" – формальної процедури взаємодії. При спілкуванні машин ці умови відповідають фізичному рівню протоколу взаємодії, що встановлює на цьому рівні погодженість в системі. Стандарт IEEE 802.1 є загальним документом, який визначає архітектуру та прикладні процеси системного управління мережею, методи об'єднання мереж на підрівні керування доступом до середовища передачі. Відповідно до даного стандарту канальний рівень розбитий на два підрівні: УЛК – управління логічним каналом та УДС – управління доступом до фізичного середовища.

Як приклад, стандарт IEEE 802.6 розроблений для локальних мереж, які охоплюють площу радіусом до 25 км та використовують технічні засоби кабельного телебачення. Цей стандарт передбачає передачу даних, мови, зображень і дозволяє створювати так звані міські локальні мережі. В даний час продовжуються роботи по стандартизації локальних комп'ютерних мереж. В підкомітеті IEEE 802.11 розробляється стандарт на радіомережі для мобільних комп'ютерів, а в комітеті IEEE 802.12 розглядається стандарт на високошвидкісні комп'ютерні мережі 100VG-AnyLAN. Серія стандартів IEEE 802 була прийнята Міжнародною організацією стандартів за основу міжнародних стандартів фізичного і канального рівнів ISO/DIS 8802/2.2 – ISO/DIS 8802/5.

Інформація перетворилася на товар, ціна якого досить велика через використання в інформаційній сфері новітніх технологій. Інформаційні і комунікаційні послуги на сьогодні є найважливішими складовими всієї сфери послуг. Їхнє виробництво стало основним індикатором рівня соціального, економічного, політичного, духовного і культурного потенціалу суспільства. Останнім часом до інформаційних послуг приєдналися також послуги з комп'ютерної обробки даних; професійні послуги, послуги і інформації, які надаються через комп'ютерні локальні мережі. Нові економічні відносини змушують підприємства установи і організації некомерційних

галузей розширювати межі самофінансування, а поява конкуруючих установ, які генерують бази даних, забезпечують доступ користувачів до локальних мереж, передачі великих масивів інформації, здійснюють її підготовку і збут, а також різного роду служб, що спеціалізуються на поставках різноманітної інформації, інтерактивних служб, які виконують функції телекомунікаційного шлюзу до різних інформаційно-пошукових систем, вимагають від них перегляду своєї діяльності в бік комерціалізації і пошуку своєї ніші в ринковому процесі. Аналіз сектора інформаційних послуг дає можливість виявити деякі тенденції її розвитку:

- кількість підприємств, зайнятих інформаційним бізнесом, зростає, як за рахунок створення самостійних фірм, так і інформаційних служб великих комерційних структур у вигляді відділів або самостійних суб'єктів підприємницької діяльності;

- зростає зацікавленість провідних зарубіжних фірм у сфері інформаційних послуг, що веде до заповнення інформаційного вакууму, який склався в Україні. Про це говорить, зокрема, відкриття представництв таких компаній, як Dun & Breadstreet, KPMG, Price Waterhouse, PeopleNet та інших; розширюється спектр послуг, які надаються інформаційними підприємствами.

Підвідомчі інформаційні центри і служби, довідково-бібліографічні відділи через нестачу фінансування поставлені перед необхідністю або згорнути свою діяльність, або шукати шляхи для продажу своєї інформаційної продукції, тобто вступити в бізнесові взаємини зі споживачами. Не знаючи основ маркетингу ціноутворення, багато інформаційних підрозділів галузі культури, мистецтва і освіти зупинилися на роздоріжжі, виключивши з обігу найбільш трудомісткі і фінансово витратні послуги і продукцію, законсервувавши свої інформаційні ресурси "до кращих часів". Ці "кращі часи" можуть настати лише за умови, коли ці підрозділи будуть вважати себе не додатком управлінського процесу, а бізнесовим, діловим партнером галузевих управлінських структур і споживачької аудиторії, будуть шукати і знаходити споживачів інформаційних продуктів і послуг. Така позиція допоможе вдосконалити їх матеріально-виробничу базу, залучити до цієї роботи науковців, гідно оплачувати працю працівників. Це відразу ж відіб'ється на якості, а відтак, і на товарній цінності продукції.

Впровадження в Україні передових надбань сучасного менеджменту інформаційних послуг дасть можливість забезпечити позитивні зміни в життєдіяльності суспільства і людини, а саме:

- збільшити рівень захисту прав і свобод людини та її добробуту, активізувати участь громадян в управлінні державою, сприяти розвитку демократії;

- підвищити конкурентоспроможність України, ефективність державного управління, продуктивність праці у всіх сферах економіки, рівень інформаційної безпеки людини, суспільства, держави, ступінь розвитку

інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, зокрема, українського сегменту Інтернету;

- забезпечити перехід економіки до моделі науково-технічного та інноваційного розвитку, збільшити частку наукоємної продукції, сприяти якості та доступності послуг освіти, науки, культури, охорони здоров'я за рахунок впровадження ІКТ;

- розширити можливості людини отримувати доступ до національних та світових інформаційних електронних ресурсів;

- створити нові робочі місця, поліпшити умови роботи і життя людини;

- поглибити впровадження нормативно-правових засад інформаційного суспільства.

Сташук Ярослав (МІС-28)

Науковий керівник :

Вінічук І.М., доцент

КРИПТОГРАФІЧНЕ КОДУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Ряд систем шифрування дійшов до нас з глибокої давнини. Найвірогідніше вони з'явилися одночасно з писемністю в IV тисячолітті до нашої ери. Методи таємного посилення були винайдені в багатьох давніх суспільствах, таких як Єгипет, Шумер і Китай, але детальний стан криптології в них невідомий. Криптограми віднайдено навіть у давні часи, хоча б через застосування в стародавньому світі ідеографічне письмо у вигляді стилізованих малюнків, які були примітивними. Шумери, мабуть, користувалися таємним письмом. Справжня криптографія (strong cryptography) повинна забезпечувати такий рівень таємності, щоб можна було надійно захистити критичну інформацію від розшифровки великими організаціями – такими як мафія, транснаціональні корпорації і великі держави.

У криптографічній термінології вихідне послання називають відкритим текстом (plaintext або cleartext). Зміна вихідного тексту, так щоб приховати від інших його зміст, називають шифруванням (encryption). Зашифроване повідомлення називають шифротекстом (ciphertext). Процес, при якому з шифротекста витягується відкритий текст, називають дешифруванням (decryption). Зазвичай в процесі шифрування і дешифрування використовується якийсь ключ (key), і алгоритм гарантує, що дешифрування можна зробити, лише знаючи цей ключ. Метод шифрування/дешифрування називають шифром (cipher). Деякі алгоритми шифрування засновані на тому, що сам метод шифрування (алгоритм) є секретним. Нині такі методи представляють лише історичний інтерес і не мають практичного значення. Всі сучасні алгоритми використовують ключ для управління шифруванням і дешифруванням; пові-

домлення може бути успішно дешифроване лише якщо відомий ключ. Ключ, використовуваний для дешифровки може не збігатися з ключем, використовуваним для шифрування, проте, в більшості алгоритмів ключі збігаються. Алгоритми з використанням ключа розподіляються на два класи: симетричні (або алгоритми із секретним ключем) і асиметричні (або алгоритми з відкритим ключем). Різниця в тому, що симетричні алгоритми використовують один і той самий ключ для шифрування і для дешифровки (або ж ключ для дешифровки просто обчислюється за ключем шифрування). Тоді як асиметричні алгоритми використовують різні ключі, і ключ для дешифровки не може бути обчислений за ключем шифрування. Симетричні алгоритми підрозділяють на потокові шифри і блокові шифри. Поточкові дозволяють шифрувати інформацію побітово, тоді як блокові працюють з обмеженим набором біт-даних (зазвичай розмір блоку складає 64 біта) і шифрують цей набір як єдине ціле. Асиметричні шифри (також іменовані алгоритмами з відкритим ключем, або у загальнішому плані криптографією з відкритим ключем) припускають, щоб відкритий ключ був доступний всім (скажімо, опублікований в газеті). Це дозволяє будь-кому зашифрувати повідомлення. Проте, розшифрувати це повідомлення зможе лише обізнана людина (та, яка володіє ключем дешифровки). Ключ для шифрування називають відкритим ключем, а ключ для дешифровки – закритим ключем або секретним ключем. Сучасні алгоритми шифрування/дешифровки досить складні, і їх неможливо проводити вручну. Справжні криптографічні алгоритми розроблені для використання комп'ютерами або спеціальними апаратними пристроями. У більшості додатків криптографія виробляється програмним забезпеченням, та існує безліч доступних криптографічних пакетів. Напевно, найкращим асиметричним алгоритмом є RSA. Математична криптографія виникла як наука про шифрування інформації, тобто як наука про криптосистеми. Така інформація називається конфіденційною або секретною. Виникає завдання забезпечення конфіденційності, тобто захисту секретної інформації від зовнішнього супротивника. Це завдання, принаймні історично, – перше завдання криптографії. Вона традиційно вирішується за допомогою криптосистем. Криптографічні протоколи – порівняно молода галузь математичної криптографії. Перші протоколи з'явилися близько 20 років тому. З тих пір ця галузь бурхливо розвивалася, і на теперішній час існує вже не менше двох десятків різних типів криптографічних протоколів. Всі ці типи можна умовно розділити на дві групи: прикладні протоколи і примітивні. Прикладний протокол вирішує конкретну задачу, яка виникає (або може виникнути) на практиці. Примітивні ж протоколи використовуються як своєрідні блоки при розробці прикладних протоколів.

True Crypt – це вільна програма для шифрування "на літу" для 32 і 64-розрядних операційних систем з родини Microsoft Windows NT 5 і новіше (GUI) і GNU/Linux. Вона дозволяє створювати віртуальний зашифро-

ваний логічний диск, що зберігається у вигляді файлу. True Crypt також може зашифрувати повністю розділ жорсткого диска або іншого носія інформації, такий як флопі-диск або USB флеш-пам'ять. Все, збережене у тому True Crypt, повністю шифрується, включаючи імена файлів і каталогів. Примонтований том True Crypt подібний до звичайного логічного диска, тому з ним можна працювати з допомогою звичайних утилітів перевірки і дефрагментації файлової системи. Шифр, код – сукупність алгоритмів криптографічних перетворень (шифрування), що відображують безліч можливих відкритих даних на безліч можливих зашифрованих даних, і зворотніх ним перетворень. Важливим параметром будь-якого шифру є ключ – параметр криптографічного алгоритму, що забезпечує вибір одного перетворення у сукупності перетворень, можливих для цього алгоритму. У сучасній криптографії передбачається, що вся секретність криптографічного алгоритму зосереджена в ключі, але не в деталях самого алгоритму. Грецький письменник Полібій використовував систему сигналізації, яка була широко прийнята як метод шифрування. Він записував букви алфавіту в квадратну таблицю і замінював їх координатами: парами чисел (i, j) , де i – номер рядка, j – номер стовпця. Для його використання потрібно тільки знати природний порядок розташування букв алфавіту (як у вказаному вище прикладі для англійської мови). Сторони квадрата позначаються не буквами (ABCDE), а числами (12345). Число 3, наприклад, передається шляхом потрійного стукоту. При передачі букви спочатку "відстукує число, відповідне рядку, в якому знаходиться буква, а потім номер відповідного стовпця. Наприклад, буква "F" передається подвійним стукотом (другий рядок) і потім одинарним (перший стовець).

Одним з прадавніх шифрів є шифр Цезаря. Проводячи вузьку класифікацію, шифр можна порівняти з шифром простої заміни, тому, як використовується заміна (підстановка) символу іншим, що знаходиться в алфавіті на фіксованій позиції від замінюваного. Останній використовував шифр для секретного листування. Проте, сучасний криптоаналіз не розцінює шифр Цезаря як шифр прийнятної стійкості. Шифр Цезаря схильний до приватного аналізу, оскільки є одноалфавітним шифром підстановки, але це зовсім не головна "слабкість". Так, недостатня кількість ключів – 33 для російського алфавіту і 26 для англійського – надає можливість проведення атак. Відкритий текст вписується для усіх вірогідних ключів, а один з варіантів і буде розшифрованим повідомленням. Шифр Цезаря реалізує кодування фрази шляхом "зрушення" усіх букв фрази на певне число kk (у оригінальному шифрі Цезаря це число kk дорівнювало 3). Якщо буква кодованої фрази має в алфавіті позицію jj , то вона в "шифруванні" замінюватиметься буквою, що знаходиться в алфавіті на позиції $jj + kk$.

Алгоритм Lucifer є мережею перестановок і підстановок, його основні блоки нагадують блоки алгоритму DES. У DES результат функції f

складається операцією XOR із входом попереднього раунду, утворюючи вхід наступного раунду. Застосувавши диференціальний криптоаналіз до першої реалізації алгоритму Lucifer, Бихам і Шамир показали, що Lucifer з 32-бітовими блоками і 8 раундами можна зламати за допомогою 40 підібраних відкритих текстів за 229 операцій. Той самий метод дозволяє розкрити Lucifer з 128-бітовими блоками і 8 раундами за допомогою 60 підібраних відкритих текстів за 253 кроків. Інша диференціальна атака розкриває 18-раундовий, 128-бітовий Lucifer за допомогою 24 підібраних відкритих текстів за 221 операцій. Криптоаналіз на основі пов'язаних ключів дозволяє зламати 128-бітовий Lucifer з будь-яким числом раундів за допомогою 233 підібраних відкритих текстів для підібраних ключів або 265 відомих відкритих текстів для підібраних ключів. Друга реалізація Lucifer ще слабкіша. Деякі вважають, що Lucifer надійніший за DES через більшу довжину ключа і багаточисленість опублікованих відомостей. Але очевидно, що це не так. На алгоритм Lucifer видані декілька патентів США. Терміни дії усіх цих патентів вже збігли. В. Е. Мадрига (W. E. Madryga) запропонував цей блоковий алгоритм у 1984 році. Його можна ефективно реалізувати програмним шляхом: в алгоритмі немає дратівливих перестановок, і усі операції виконуються над байтами. Алгоритм DES задовольняв перші дев'ять вимог, але останні три з'явилися уперше. Якщо припустити, що кращий спосіб злому алгоритму – лобовий розтин, змінна довжина ключа, звичайно ж, змусить замовкнути тих, хто вважає, що 56 бітів – занадто мала величина. Такі люди можуть реалізувати цей алгоритм з будь-якою довжиною ключа. А будь-хто, хто коли-небудь намагався реалізувати DES програмними засобами, зрадіє алгоритму, який враховує особливості програмних реалізацій. Алгоритм Madryga складається з двох вкладених циклів. Зовнішній цикл повторюється вісім разів (для гарантії надійності число циклів можна збільшити) і полягає в застосуванні внутрішнього циклу до відкритого тексту. Внутрішній цикл перетворює відкритий текст на шифротекст і виконується одноразово над кожним 8-бітовим блоком (байтом) відкритого тексту. Таким чином, увесь відкритий текст послідовно вісім разів обробляється алгоритмом. Учені Квінслендського технічного університету (Queensland University of Technology) досліджували алгоритм Madryga і деякі інші блокові шифри. Вони виявили, що лавинний ефект при перетворенні відкритого тексту в шифротекст в цьому алгоритмі не проявляється. Крім того, в багатьох шифротекстах доля одиниць перевищувала долі нулів. Алгоритм складається тільки з лінійних операцій (циклічне зрушення і XOR), що трохи змінюються залежно від даних. Це аналітрохи не нагадує потужність S –блоков DES. Парність усіх бітів шифротекста і відкритого тексту незмінна і залежить тільки від ключа. Тому, маючи відкритий текст з відповідним шифротекстом, можна передбачити парність шифротекста для будь-якого відкритого тексту.

Криптографія із становленням інформаційного суспільства стає центральним інструментом для забезпечення конфіденційності. У міру утворення інформаційного суспільства, державам стають доступні технологічні засоби тотального нагляду за мільйонами людей. Тому криптографія стає одним з основних інструментів, що забезпечує конфіденційність, довіру, авторизацію, електронні платежі, корпоративну безпеку і безліч інших важливих речей.

Мурадяниця Павло (МІС 209/дм)

Науковий керівник:

Саприкін О. А., доцент

КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Інформаційна діяльність є складовою суспільного виробництва, пов'язаного з підготовкою інформаційних продуктів і послуг, спрямованих на задоволення суспільних потреб.

Формування та розвиток інформаційного суспільства має великий вплив на різні сторони суспільного життя. Сьогодні робота з інформацією (або інформаційна діяльність) увійшла в усі сфери суспільства.

Інформація, ставши основним стратегічним ресурсом і продуктом, дозволяє не тільки значно підвищити роль інформаційного чинника у процесах прийняття управлінських рішень, а й застосовувати якісно нові технології для задоволення інформаційних потреб, дає змогу бачити найповнішу і реальнішу картину бізнесу. Ефективне використання інформації неможливе без підготовки для роботи з нею фахівців, здатних визначати потреби в її використанні, застосовувати форми, методи і технології управління нею. Зазначене потребує ґрунтовної інформаційної підготовки фахівців з менеджменту інформаційної діяльності. Саме це і визначає інформаційний менеджмент як сукупність методів управління інформацією, що підтримуються розвитком інформаційних технологій, а також потребами споживача інформації. Як вид інформаційний менеджмент спрямовується на ефективну організацію інформаційної діяльності, на створення матеріальних передумов доступу до інформації і забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів в організації.

На цей час в інформаційній діяльності найбільш динамічно розвиваються комп'ютерні графічно-інформаційні технології. Вони невпинно розширюють свою методологічну основу, інструментальну базу й сферу застосування, охоплюючи все більш широке коло найрізноманітніших галузей життєдіяльності людини.

Комп'ютерна графіка з'явилась достатньо давно – вже у 1960-х роках існували повноцінні програми роботи з графікою. Сьогодні прийнято користуватися термінами "комп'ютерна графіка" і "комп'ютерна анімація". Поняття "комп'ютерна графіка" об'єднує всі види робіт зі статичними зображеннями, "комп'ютерна анімація" має справи з зображеннями, які динамічно змінюються.

Наслідками всебічного вторгнення комп'ютеризації у майже всі сфери діяльності людини є й поява нових типів мистецтва. До таких можна віднести комп'ютерну музику та анімацію. Остання з'явилася саме завдяки розвитку одного з видів комп'ютерної графіки, а саме – тривимірної (3D) графіки та анімації. Цей тип графіки, а точніше, клас редакторів 3D набув за останні роки достатньо широкого розповсюдження не тільки у колах спеціалістів, які користуються спеціалізованими, дуже потужними графічними станціями, а й у колах користувачів середнього класу, у т. ч. й користувачів домашніх комп'ютерів.

Своєрідним синтезом майже усіх типів комп'ютерної графіки став й такий тип графіки, як "Web-дизайн", який прийшов до нас разом із втіленням у повсякденне життя все більшої і більшої спільноти Інтернету. Тут присутні й елементи, які досі використовувались лише при верстці друкованих видань, і фрагменти анімації та відео, й моменти моделювання різних об'єктів.

Робота з комп'ютерною графікою – один з найпопулярніших напрямків використання персонального комп'ютера, до того ж, займаються цією роботою не тільки професійні художники і дизайнери. На будь-яких підприємствах час від часу виникає необхідність в наданні рекламних оголошень в газети і журнали або просто у випуску рекламної листівки або буклету.

Без комп'ютерної графіки не обходиться жодна сучасна мультимедійна програма. Робота над графікою займає до 90% робочого часу програмістських колективів, які випускають програми масового застосування.

Не дивлячись на те, що для роботи з комп'ютерною графікою існує маса класів програмного забезпечення, розрізняють усього 3 види комп'ютерної графіки. Це растрова графіка, векторна графіка і фрактальна графіка. Вони відрізняються принципами формування зображення при відображенні на екрані монітора або при друкуванні на папері.

Растрову графіку застосовують при розробці електронних (мультимедійних) і поліграфічних видань. Ілюстрації, виконані засобами растрової графіки, рідко створюють вручну за допомогою комп'ютерних програм. Частіше з цією метою використовують скановані ілюстрації, підготовлені художником на папері, або фотографії. В останній час для вводу растрових зображень в комп'ютер широко використовують цифрові фото- і відеокамери.

Відповідно, більшість графічних редакторів, які призначені для роботи з растровими ілюстраціями, орієнтовані не стільки на створення зображення, скільки на їх обробку. В Інтернеті поки що використовують тільки растрові ілюстрації.

Програмні засоби для роботи з векторною графікою, навпаки, призначені, в першу чергу, для створення ілюстрацій і в меншій мірі для їх обробки. Такі засоби широко використовують в рекламних агентствах, дизайнерських бюро, редакціях і виданнях. Оформлювальні роботи, основані на застосуванні шрифтів і простих геометричних елементів, вирішуються засобами векторної графіки набагато простіше. Існують приклади високохудожніх творів, створених засобами векторної графіки, але вони – скоріше виключення, ніж правило, оскільки художня підготовка ілюстрацій засобами векторної графіки надзвичайно складна.

Програмні засоби для роботи з фрактальною графікою призначені для автоматичної генерації зображення шляхом математичних розрахунків. Створення фрактальної художньої композиції полягає не в рисуванні чи оформленні, а в програмуванні. Фрактальну графіку рідко застосовують для створення друкованих або електронних документів, але її часто використовують у розважальних програмах.

За своїм професійним призначенням комп'ютерну графіку можна розділити на такі групи:

- комп'ютерна графіка для поліграфії;
- двовимірний комп'ютерний живопис;
- презентаційна графіка;
- двовимірна анімація, яка використовується для створення динамічних зображень і спецефектів у кіно;
- двовимірне і тривимірне моделювання, застосоване для дизайнерських та інженерних розробок;
- тривимірна анімація, яка використовується для створення рекламних і музичних кліпів і кінофільмів;
- обробка відеозображень, необхідна для накладання анімаційних спецефектів для відеозапису.

ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РЕМОНТНИХ РОБІТ ВИРОБНИЧОГО ОБЛАДНАННЯ

В доводі показана доцільність використання імітаційного моделювання в процесі дослідження ефективності відновлювальних робіт обладнання виробничого процесу з метою отримання достовірних даних та зменшення ризику прийняття невірних рішень.

В якості прикладу розглядається виробничий процес, в якому використовуються інформаційні системи з невисокою надійністю. В кожній інформаційній системі виходить з ладу один з 4 транзисторів. Відновлення системи відбувається заміною вилученого з ладу транзистору на новий, вартість якого відома. При цьому виробництво не працює протягом однієї години, а кількість збитків складає певний обсяг. Необхідно визначити та включити витрати на ремонт обладнання в економічні звіти виробництва за умови, що річний фонд робочого часу складає 4200 годин.

Для вирішення цієї задачі робиться заявка щодо даних про надійність транзистору на підприємстві-виробнику цих транзисторів. Дані про термін роботи транзисторів наведені в таблиці.

Таблиця

Час роботи		Кількість транзисторів, які вийшли з ладу	Ймовірність відмови	Накопичена кількість	Накопичена ймовірність відмови
Від	До				
0	200	0	0	0	0
201	400	4	0,008	4	0,008
401	600	41	0,082	45	0,09
601	800	92	0,184	137	0,274
801	1000	173	0,346	310	0,62
1001	1200	151	0,302	461	0,922
1201	1400	35	0,07	496	0,992
1401	1600	4	0,008	500	1

На підставі наведених в табл. даних будується емпірична інтегральна крива вибувших з ладу транзисторів (рис. 1)

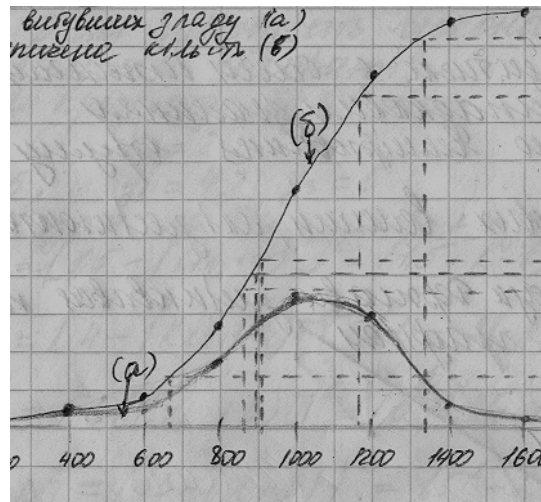


Рис. 1. Емпірична інтегральна крива вибувих з ладу транзисторів

Крива наведеного рисунку містить інформацію про надійність транзисторів і являє собою модель надійності цих транзисторів.

На підставі цієї моделі можливий перехід до штучного експерименту. Дійсно, будь-який з 500 залучених до експерименту транзисторів може вийти з ладу в будь-який момент. Тоді необхідно побудувати генератор випадкових чисел з рівномірним законом розподілу та розпочати фіксацію термінів напрацювання на віднову кожної інформаційної системи.

Штучний експеримент продовжується до тих пір, поки загальний термін напрацювання на відмову не стане більшим, ніж річний фонд робочого часу, тобто 4200 годин. Кількість відмов системи протягом року дозволить визначити збитки виробництва:

Збитки = Кількість відмов • Збитки від однієї відмови + Кількість відмов • Ціна транзистора

Доцільно повторити штучний експеримент та накопичити статистичні дані про збитки підприємства з наступним розрахунком середнього арифметичного та дисперсійного збитків.

Реально проведений експеримент кількості відмов обладнання протягом року показав, що їх кількість становить 5/7 відмов на рік, що дозволяє розрахувати на підставі виразу (1) реальні збитки. Крім того, імітаційне моделювання надійності інформаційних систем дозволяє розглянути інші шляхи відновлення системи.

Якщо в розглянутому вище прикладі відновлення починалося після вибуття з ладу транзистору в системі, то можлива дострокова заміна транзистору, до того, як він вийде з ладу.

Доцільність такої технології відновлювальних робіт можливо перевірити на підставі тієї ж імітаційної моделі. В доводі робиться висновок про ефективність залучення наукового методу моделювання до процесу дослідження систем, що дозволяє отримати достовірну інформацію про їх функціонування.

МАТЕМАТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АЛГОРИТМІВ ОБРОБЛЯННЯ СТАТИСТИЧНИХ ДАНИХ ПРОГРАМОЮ MS EXCEL

Математичне забезпечення алгоритму обробки статистичних даних програми EXCEL. В доповіді розглядається підхід обробки статистичних даних на підставі методу найменших квадратів. Для цього конкретні статистичні дані замінюються лінією, форму якої визначає експерт. Лінія проведена між статистичними даними так, що виконується умова:

$$\sum_{i=1}^n \Delta_i = \min \quad (1)$$

де Δ_i - похибка між практичними та замінюючими (теоретичними) даними. Суть виразу (1) наочно пояснює рис.1

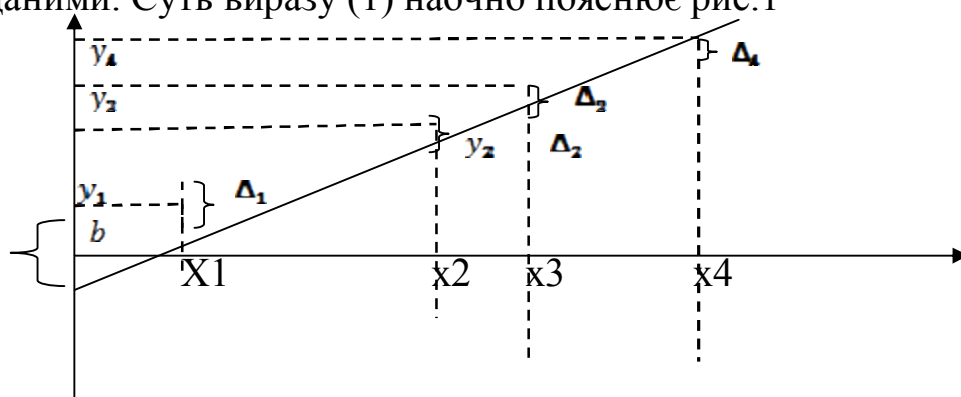


Рис1. Усереднення статистичних даних y_1, y_2, y_3, y_4 прямою лінією $\Delta_1, \Delta_2, \Delta_3, \Delta_4$ – похибки

Аналіз рис1. показує, що замінюючих статистичні дані прямих може бути багато, але серед цієї множини існує тільки одна лінія, для якої повинна виконуватись умова (1).

Відомо (1), що рівняння прямої має вигляд:

$$y = kx + b.$$

де k – кут нахилу прямої;

b – відрізок, який лінія відсікає на осі ОУ.

Для забезпечення умови (1) необхідно у вираз (2) підставити певні значення k та b . Для визначення конкретних значень k та b прямої (2) визначимо похибки $\Delta_1, \Delta_2, \Delta_3, \Delta_4$ та забезпечимо використання умови (1).

$$\Delta_1 = y_1 - (k x_1 + b);$$

$$\Delta_2 = y_2 - (k x_2 + b);$$

$$\Delta_3 = y_3 - (k x_3 + b);$$

$$\Delta_4 = y_4 - (k x_4 + b);$$

Визначимо суму відповідних похибок (3).

$$\sum_{i=1}^4 \Delta_i = [y_1 - (k x_1 + b)] + [y_2 - (k x_2 + b)] + [y_3 - (k x_3 + b)] + [y_4 - (k x_4 + b)] \quad (4)$$

Після підстановки у вираз (4) конкретних значень y_1, y_4 , які зібрані, наприклад, в процесі активного чи пасивного експерименту, отримаємо:

$$\sum_{i=1}^4 \Delta_i = \quad (5)$$

Визначимо часткові похідні по k та по b від виразу (5) та прирівняємо їх до нуля для виконання умови (1).

$$\frac{\partial \sum_{i=1}^4 \Delta_i}{\partial k} = \quad = 0 \quad (6)$$

$$\frac{\partial \sum_{i=1}^4 \Delta_i}{\partial b} = \quad = 0 \quad (7)$$

Вирази (6) та (7) являють собою систему рівнянь, вирішення якої дозволяє визначити такі значення, які забезпечують виконання умови (1).

$$\begin{cases} \quad = 0 \\ \quad = 0 \end{cases} \quad (8)$$

В результаті вирішення (8) маємо значення

$$K = \quad ; b = \quad .$$

Аналогічну задачу усереднення статистичних даних вирішує програма EXCEL в автоматизованому режимі. Втручання оператора, в процесі розрахунку коефіцієнтів k та b , передбачає експертний вибір форми заміняючої лінії. При цьому значення k та b співпадають з тими, що отримані в процесі ручного розрахунку виразів (3) – (8). Вирази (1) – (8) складають математичне забезпечення програми усереднення статистичних даних програми EXCEL.

В доповіді робиться висновок про доцільність використання та поглиблення вивчення програм EXCEL, ..., які дозволяють експериментатору суттєво скоротити час на складні розрахунки та уникнути певних похибок.

Використані джерела:

1. Конспект лекцій з курсу.
 2. Пастушенко С.М., Підченко Ю.П. Вища математика: основні поняття, формули, зразки розв'язування задач: Навч. посіб. для студентів вузів . – К.: Діал, 2002. – 160 с.
 3. В.П.Дубовик, І.І. Юрик "Вища математика"
 4. Учебник \ Підручник "Вища математика. Ряди. Диференціальні рівняння"
- Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

Тютюнник Олексій (MITiC-29)

Науковий керівник:

Богданова-Борденюк І.В.,

старший викладач

ПРИРОДА – НАЙКРАЩИЙ СТАНДАРТИЗАТОР

В умовах науково-технічного прогресу стандартизація є унікальною сферою суспільної діяльності. Вона синтезує в собі наукові, технічні, господарські, економічні, інформаційно-культурові, естетичні і політичні аспекти. В усіх інформаційно-культурово розвинених країнах підвищення рівня виробництва, поліпшення якості продукції і зростання життєвого рівня населення тісно пов'язані з широким використанням стандартизації.

Стандартизація не є новим видом діяльності. Можна з впевненістю сказати, що стандартизація "стара як світ". І в підтвердження цього звернемося до природи, яка дає напрямок розвитку науки стандартизації.

З точки зору стандартизації, наприклад, не має нічого більш досконалого в природі, ніж атом кисню або молекула води, зірки, планети, живі організми. Так, відомо, що вся фантастична різноманітність живих істот на землі, які мають різну форму, забарвлення, способи поведінки, побудована всього лише з 22 "стандартних деталей" – амінокислот.

У процесі життєдіяльності людина наслідує природу і намагається творити за її законами.

Існує хибна думка про те, що стандартна продукція є синонімом низької якості, одноманітної, позбавленої смаку продукції. Але сама природа дає нам хороші приклади геніальної стандартизації.

Вивчення живої природи (рослин, тварин і особливо людини) розкриває непередбачену досконалість естетичних форм. На думку академіка І. П. Капіци, на прикладі структури полімерів, що використовується в неживій природі, видно, що природа є кращим інженером-конструктором, ніж людина, і нам є чому навчитися в неї. Так, наприклад, конструкцію рахувальної машини можна співставити із людським мозком. Порівнюючи компактність біологічного монтажу з технічним, академік В. В. Парін наводить цікавий розрахунок: технічний аналог людського мозку при використанні сучасних напівпровідників деталей мав би об'єм башти з основою в плані 10×10 м, висотою 100 м. А головний мозок людини займає об'єм 1,5дм³ і містить 10-15 млрд. нейронів. Це є вершина еволюції і один з найкращих стандартів природи. У сучасній техніці, при всій її досконалості, надійність роботи машин поки що не може конкурувати з надійністю роботи мозку.

У процесі моделювання живих організмів в техніці до біологічних перетворювачів вищої інформації в першу чергу відносять органи відчуття

людини: очі, вуха, ніс, шкіру, а також відчуття температури, руху, рівноваги. Із перерахованих органів відчуття найбільший інтерес викликають стандарти ока. Фотографічний апарат, наприклад, є технічним аналогом ока, в якому об'єктив заміняє кристалик, діафрагма – оболонку веселки, а світлочутлива плівка – сітчатку. Цей стандарт має широкий аспект використання: на основі моделі ока розроблені автомати для сортування листів на пошті, а також інші пристрої, які дозволяють з електронною швидкістю розфасовувати різні візуальні документи.

Очі жаби, голуба мають складну будову. Жаба добре реагує на літаючі апарати, які вона швидко розпізнає. На основі стандартів "ока жаби" було розроблено прилад для обробки інформації, який можна використовувати для швидкого розпізнавання ракет у польоті, при цьому, скоротивши час, необхідний для балістичних обчислень.

Медуза здатна сприймати ультразвуки (шум вітру, моря) з частотою коливання нижче 20 Гц, які є недосяжними для людського вуха. Органи рівноваги медузи – слухові пухирки – допомагають медузам визначати наближення шторму і відходити в глибокі води. На основі цього стандарту природи вчені розробили прилад, що дозволяє передбачати шторм за 12 год. до його початку.

Органи нюху багатьох живих організмів значно кращі від органів нюху людини. Нюховий орган мухи може слугувати моделлю для визначення мінімальної кількості різних запахів, в тому числі отруйних, слабкої концентрації. Стандарт "нюховий орган мухи" був використаний для приладу, який можна застосовувати в підводних човнах, на шахтах, космічних кораблях тощо.

Особливо цікавить вчених стандарт швидкості руху китів та дельфінів. Швидкість руху касаток – 38-55 км/год, дельфіни – до 48 км/год, меч-риби – до 100 км/год. Це обумовлено формою тіла тварин, будовою шкіри, що вкрита особливим слизом, уміння керувати шкірою, тілом, м'язами. На основі такого стандарту можна створити надсучасний засіб пересування по воді.

Цікавим стандартом є глісирування водяних тварин та їх рух за допомогою повітряної подушки. Летючі риби глісирують по поверхні води зі швидкістю 18 км/год, а у момент відриву від води $V=60$ км/год.

Південноамериканська качка-пароплав не вміє літати. А в Японії, дослідивши цей стандарт природи, побудували корабель із використанням підводних крил: 98% його маси знаходиться над водою, а 2% – у воді. Також японці створили корабель – копію стандарту будови кита, що дозволило на 25% збільшити швидкість за тієї ж вантажопід'ємності.

Інженери з Нижнього Новгорода створили снігохід вагою 1300 кг і швидкістю 50 км/год. Основний принцип його пересування – стандартний рух пінгвіна. Інженер А. Треблев, проаналізувавши стандарти роботи кро-

та, розробив конструкцію підземлекода. Інженер В. Турін розробив проект безколісного автомобіля, що рухається скачками, як кенгуру.

У процесі соціального розвитку людина у своїй діяльності часто зверталася до стандартів живої природи. Наприклад, великий архітектор епохи Відродження Ф. Брунелескі в основі конструювання куполу Флорентійського собору використав шкаралупу пташиного яйця, а Леонардо да Вінчі, створюючи літальні апарати, будівельні та воєнні машини, ткацькі верстати, "копіював" стандарти живої природи.

Група під керівництвом М. Р. Сервера та Х. Плоза, в склад якої увійшли архітектори, інженери, дизайнери, біологи і психологи, розробила проект "Вертикального біонічного міста-башти". Через 15 років в Шанхаї повинно з'явитися місто-башта. Воно розраховане на 100 тис чоловік, в основі проекту лежить "стандартна конструкція дерева". Місто-башта буде мати форму кипариса висотою 1128 м., та з основою 133×100 м.

Як відомо, технічна біоніка вивчає стандарти побудови і функціонування об'єктів живої природи з метою їх використання у вирішенні інженерних питань. Використання в техніці і архітектурі стандартів і форм живої природи є закономірним. Архітектура є частиною світу, вона підпорядковується перш за все стандартам суспільного розвитку. В архітектурі є своя ієрархія (житлова комірка, житловий дім, генеральні плани тощо), в живій природі – своя (клітина, тканина, орган, організм тощо). Перед архітектурною біонікою стоїть завдання виявити подібні стандарти цих двох ієрархічних систем з тим, щоб можна було знаходити правильні співвідношення при порівнянні форм і явищ в архітектурі та живій природі.

Таким чином, природа – створюючи світ з окремих частинок, визначаючи місце небесних тіл в просторі, населяючи землю людьми – робить все це у відповідності з встановленими стандартами. Вчені, інженери, художники, конструктори широко використовують стандарти природи для нових винаходів та відкриттів. Природа сприяє не тільки технічній думці, а й естетичній, адже питання архітектоніки, пропорційності та гармонійності форм природи, сприяє створенню естетично повноцінних виробів.

Природа розвивається і вдосконалюється еволюційним шляхом. Людина, будучи частиною самої природи, поступово пізнаючи таємниці законів її розвитку, підкоряє природу, "допомагає" їй удосконалюватися, прискорювати творчі процеси як у органічному, так і у неорганічному світі: це і нові, виведенні вченими, породи тварин, і нові сорти садових дерев та квітів, і нові види злаків, і нові штучні матеріали, і хімічні сполуки тощо. Створюючи нові стандарти, їх системи й комплекси, людина повинна наслідувати природу, пам'ятаючи про її витончені стандарти.

СЕКЦІЯ II. ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Зельцер Ірина (МІБ-118)

Науковий керівник:

Гуткевич С.О.,

доктор економічних наук, професор

Лях Алла (МО 309дм)

Науковий керівник:

Оніщенко І.Г., професор

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь яке суспільство об'єктивно зацікавлене у недопущенні або у розв'язанні з найменшими витратами соціальних суперечностей і конфліктів. У виробничій сфері такі конфлікти виникають між працедавцем і працівником із різноманітних питань їх взаємовідносин. У сучасній економіці механізмом досягнення консенсусу між інтересами працедавця і працівника є соціальне партнерство, мета якого – максимальне врахування й захист інтересів обох сторін у процесі поєднання капіталу і робочої сили.

Суб'єктом ринку праці є продавець і найманий працівник. Продавець не може розпочати або продовжувати виробничий процес, не залучивши до нього працю, а працівник має різноманітні матеріальні і нематеріальні потреби, задовольнити які він може лише шляхом отримання доходу для купівлі товарів і послуг. Отримати їх він може, продавши свою працю як ресурс, яким володіє. Укладення договору купівлі-продажу праці відбувається за наявності різновекторних інтересів працедавця і працівника. Продавець об'єктивно намагається купити працю якнайдешевше, оскільки її ціна входить у витрати виробництва, а працівник зацікавлений якомога дорожче її продати. І тому соціальне партнерство є системою відносин між найманими працівниками і власниками засобів виробництва, при якій визнаються розбіжності економічних інтересів різних соціальних груп і право кожної з них відстоювати свої інтереси через пошук компромісів, шляхів взаєморозуміння й співробітництва в умовах злагоди. Таке співробітництво здійснюється постійно на двосторонній основі, переважно в формі колективних переговорів, колективних договорів і угод, які регулюють соціально-трудова відносини. Становлення системи соціального партнерства пройшло довгий і складний шлях. Коли працівники почали об'єднуватися

у професійній організації, вже тоді були започатковані перші спроби соціального партнерства у вигляді переговорів і консультацій між представниками найманої робочої сили і роботодавцями. Застосування силових засобів (страйків) лише посилює розкол у суспільстві, призводять до подальшого руйнування виробництва, загострення економічної ситуації.

Здоровий глузд і світовий досвід переконують, що швидше і ефективніше вийти з кризи можна в умовах соціального миру і злагоди у суспільстві і, перш за все, на виробництві. Наприклад, у Великобританії страйки вважаються ірраціональною дією, бо цілий рік, витрачений на переговори з одного лише питання, коштує підприємству менше, ніж припинення роботи на тиждень.

Соціальне партнерство є основним для нашої держави як у даний період, так і на майбутнє. Україна поступово переходить від економіки індустріального типу до економіки науково-технічної, або, як її називають, інформаційної економіки. Її найсуттєвіша риса – зміна ролі робітника в процесі виробництва. З простого придатка машини людина перетворюється на спостерігача, контролера, регулювальника. Комп'ютеризація й автоматизація виробництва ведуть до зменшення частки простої праці та збільшення частки складної, творчої праці. Відбувається своєрідне "олюднення" виробництва. За таких умов працівника дуже важко примушувати до високоефективної праці, його треба заохочувати. Це заохочення, як показує досвід Японії, Західної Європи, здійснюється шляхом залучення працівників до участі в управлінні виробництвом, в основі якого лежить "соціальне партнерство", яке виступає складовим елементом суспільного життя.

Останні досягнення управлінської теорії та практики підтверджують, що в основу побудови системи менеджменту персоналу необхідно закласти ідею соціального партнерства, яка передбачає співпрацю кількох контрагентів, об'єднаних єдиною метою. Соціальне партнерство є специфічною формою соціальних відносин між трьома суб'єктами (тріада) ринкової економіки: державою, найманими працівниками та роботодавцями. Основні положення соціального партнерства відображуються в законодавчих актах, перш за все, в Конституції. Наймані працівники через свої об'єднання (профспілки) та власники засобів виробництва через свої представницькі органи і є двома сторонами соціального партнерства на різних рівнях: від виробничого до загальнонаціонального. Третьою специфічною стороною є держава або місцеве самоврядування, які встановлюють правила гри для двох інших сторін соціального партнерства та для органів влади.

Потреба врегулювання відносин між сторонами виникає як на рівні підприємства, так і на національному рівні. В організаціях здійснення соціального партнерства відбувається на основі колективного договору.

Сторонами соціального партнерства виступають первинні носії прав та інтересів найманих працівників і власників засобів виробництва. Соціальне партнерство в економіці розглядається як етичне поняття і організаційний

принцип. Практика доводить, що багато проблем організації вирішуються простіше, якщо сторони (роботодавці та наймані працівники) є партнерами, а не групами, зорієнтованими на конфлікт.

Отже, якщо організації будуть зацікавлені у формуванні соціального партнерства, то взаємне узгодження між працівником і працедавцем їм гарантоване і це сприятиме успішному функціонуванню організації в цілому. А також це буде сприяти формуванню відносин соціального партнерства у суспільстві.

Використані джерела:

1. Крушельницька О. В., Мельник Д. П., Управління персоналом: Навч. посіб./ МОН. – 2-е вид., перероб. й допов. – К.: Кондор, 2006. – 308 с.
2. Хміль Ф. І. Управління персоналом : Підручник. – К.: Академвидав, 2006. – 488 с.

Іванченко Наталія (МСКС-37)

Науковий керівник :

Подкуйко Н.Д.,

кандидат економічних наук, професор

ФАНДРЕЙЗИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ

Галузь культури в нашій країні налічує багато складових: бібліотеки та музеї, театри та заклади клубного типу, заповідники та парки, пам'ятки культури. На жаль, деякі об'єкти культури занепадають.

Історія людства багата на приклади благодійництва та меценатства. Їх можна знайти в історичному минулому багатьох країн і України також.

Трансформація українського суспільства на основі демократизації вимагає активної участі самих громадян у вирішенні соціальних проблем на місцевому рівні. Локально орієнтована громадськість, що активно працює в різних сферах громадського життя, має потребу в матеріальних ресурсах. Сучасні громадські організації дійшли розуміння того, що вони повинні стати більш винахідливими й енергійними в питаннях пошуку фінансів і інших матеріальних засобів для реалізації своїх програм.

Останнім часом традиційним напрямком інноваційної діяльності для закладів культури різного рівня в Україні став пошук позабюджетних джерел фінансування. В умовах економічної нестабільності їм гарантоване мінімальне фінансування з державного бюджету, в основному на заробітну плату та часткову оплату комунальних послуг. Асигнування на придбання літератури, предметів техніки, передплату або не надходили зовсім, або отримувались в незначній кількості. Тому питання про допоміжне ресурсо-

забезпечення є дуже актуальним. Ведучи пошук альтернативних джерел, заклади культури були змушені використовувати маркетингові підходи, а саме технологію фандрейзингу [1].

Слово "фандрейзинг" увійшло в побут громадських організацій з англійської мови. Буквальний його переклад означає – "підйом коштів" або – одержання фінансування, залучення грошей.

Фандрейзинг – програма збору засобів, коштів, мобілізація капіталу [2].

Сутність процесу пошуку додаткових джерел фінансування полягає в тому, що одна особа повинна звернутися до іншої по допомогу. Відсутність пожертвувань може пояснюватися тим, що ніхто не звернувся з відповідним проханням. Деякі вчені розглядають цей процес як "вулицю з двостороннім рухом". Найбільш сприятливі можливості в цьому процесі виникають тоді, коли рух починається у двох напрямках – об'єкти культури до донора та навпаки. Друга частина цього руху виникне тільки тоді, коли широкого розповсюдження досягне перша, тоді настане час, коли донори самі будуть йти до закладів культури, щоб зробити свої внески.

Якщо благодійність – це добровільна та безкорисна допомога тим, хто її потребує, то фандрейзинг слід розглядати як дію, спрямовану на залучення цієї допомоги для тих, хто її потребує. У цьому, власне, і полягає зв'язок між благодійністю і фандрейзингом у контексті суспільних відносин.

Принципи благодійності (добровільність і безкорисність) можна застосовувати і до фандрейзингу. Принцип добровільності полягає в тому, що громадсько значима діяльність здійснюється за власним бажанням, а не за чийось наказом. Принцип безкорисності передбачає залучення ресурсів не для власного збагачення, а для вирішення громадських проблем. Важливо зазначити, що мова йде не лише про залучення, а й про об'єднання ресурсів кількох сторін.

Організація, яка займається фандрейзингом, залучає зовнішні ресурси від донорів, спонсорів тощо. Вона вкладає і свої внутрішні ресурси. Такий процес називається мобілізацією внутрішніх благодійних ресурсів (тобто власних) [3].

Джерелами фінансування соціальних ініціатив є:

- бізнес;
- національні й міжнародні благодійні донорські організації;
- органи державної влади всіх рівнів;
- громадськість.

Допомога закладам може надходити в будь-якій формі:

- фінансами – перерахувати на розрахунковий рахунок закладу кошти;
- у натуральному вигляді (література, певне обладнання і т.д.);
- у вигляді безоплатних робіт та послуг (виготовлення, тиражування та розміщення соціальної реклами, тиражування інформаційних матеріалів, надання відповідної інформації з популяризації даного проекту);

Види ресурсів різні: 1) людські (робочий час, інтелектуальні та фізичні зусилля); 2) інформаційно-методичні (знання, навички, технології); 3) матеріальні (товари); 4) послуги і роботи (за допомогою механізмів вони підсилюють та прискорюють людський фактор); 5) фінансові, за які, власне, простіше всього придбати все назване в попередніх пунктах.

Джерела ресурсів можна розділити за: 1) типом їхнього власника (власні чи чужі); 2) характером власності (особиста, колективна, корпоративна, державна: місцева, регіональна, загальнонаціональна; а також загальнолюдська, зокрема "неприватизована природа"); 3) ставленням до самої організації ("близьке коло" – члени самої організації, їхні родичі і близькі та "далеке коло" – інші суб'єкти, які мають відношення до виду або території діяльності організації); 4) територіальною ознакою (будинок, вулиця, район, селище, місто, область тощо.).

Не менш різноманітні умови, на яких ці ресурси надаються: 1) безповоротна допомога у всіх її різновидах (дарування, пожертва, членські внески, міжнародна технічна й гуманітарна допомога); 2) безоплатне надання товарів і послуг (відповідальне зберігання, безплатне використання майна тощо); 3) зворотна фінансова допомога (кредити, займи, ендавмент); 4) пасивні доходи (страхування, роялті, банківський депозит і товарний кредит); 5) власна прибуткова діяльність (операції з цінними паперами, продаж виготовлених або куплених товарів, надання платних послуг з або без організації дочірніх комерційних структур тощо).

Таким чином, фандрейзинг – це залучення не лише фінансів, але і благодійних ресурсів узагалі в усій їхній різноманітності. Однозначно, що більше джерел ресурсів, методів і способів їхнього залучення для життєдіяльності організації, то стійкіший її розвиток.

Розробляючи стратегію фандрейзингу, важливо оцінити достоїнства й недоліки кожного джерела, що надає пожертвування для здійснення соціального проекту.

Якщо мати на увазі обсяг засобів, які одержує організація з різних джерел, то найбільш оптимальним вважається наступне співвідношення:

1/3 фінансових засобів організація одержує із власного оточення й власної господарської діяльності;

1/3 засобів організації надають органи державної адміністрації й органи самоврядування всіх рівнів;

1/3 від національних і міжнародних фондів.

Збір засобів для реалізації соціальних проектів повинен здійснюватися на основі ретельно розробленої програми, у якій важливо передбачити наступні моменти:

- спрямованість на потенційних спонсорів;
- визначення й класифікація перспектив щодо можливого обсягу пожертвувань;

- розробка переконливих аргументів для перспектив дарування;
- вибір відповідних методів звертання до кожної групи, на яку покладають надію на одержання грошей або інших матеріальних засобів;
- способи контролю приходу засобів[2].

Отже, фандрейзинг відіграє важливу роль в розвитку та підтриманні належного стану закладів культури.

Використані джерела:

1. Башун О.В. Фандрейзинг або мистецтво збирання коштів: Наук.метод. рекомендації бібліотекам/ Донец. ОУНБ; Ред. Ю.О.Лебедєва. – Донецьк. – 2005. – 103 с.
2. Драган О.І. Маркетинг: Навчальний посібник. – К.: ДАКККиМ, 2005. – 291 с.
3. Снігульська В. Що таке соціальний фандрейзинг, або як продати громаді участь у добрих справах. В.: "Шкільний світ". Газета "Соціальний педагог" № 8, серпень 2009 р.

Заводська Ксенія (МСКС-37)

Науковий керівник:

Резвухіна Л. О., старший викладач

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ВИСТАВКОВИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ

Керівництво деяких компаній намагається через відділ з організації зв'язків з громадськістю нав'язати свою лінію службовцям, не проявляючи інтересу до їх позиції. Подібна одностороння комунікація неефективна і навряд чи сприяє встановленню взаємної довіри, характерної для високорозвиненої корпоративної культури. Іншим найважливішим завданням організації внутрішньофірмових зв'язків є встановлення зворотнього зв'язку: передачі інформації знизу вгору, тобто про думки, настрої і пропозиції з приводу тих чи інших рішень керівництва.

Для подолання інформаційних бар'єрів та налагодження зв'язків зі службовцями, працівниками відповідних відділів, що виконують інформаційно-комунікаційну роботу, необхідно здійснювати:

- підготовку та публікацію доповідей, бюлетенів, буклетів, пам'яток, рекомендацій, заповідей, так званих new letters та інших інформаційних матеріалів;
- видання внутрішніх засобів масової інформації (ЗМІ), підготовку слайдів і відеофільмів, фоторепортажів;
- проведення виставок, зборів, нарад, конференцій;
- складання каталогів і т.д.

Каталог – це не просто довідкове видання, а перш за все, важливий документ, що відображає реальний стан ринку. Для інформаційного об-

слуговування експонентів і відвідувачів складаються каталоги виставки на майбутній рік. Сьогодні виставкова справа в деяких галузях стала залучати велику кількість організацій-експонентів. Знаходячи в каталогах відповідну вимогам майбутнього експонента виставку, зазвичай за півроку, а то й за рік до офіційного початку роботи виставки, вони заявляють про своє бажання брати участь у її роботі.

Можна виділити три підходи організаторів до складання каталогів:

- у каталог включаються абсолютно всі учасники виставки без додаткової плати;
- найбільш поширений підхід – учасник сплачує обов'язковий реєстраційний внесок, який передбачає низку послуг, у тому числі і розміщення інформації в каталозі;
- інформація в каталог заноситься за додаткову плату. Фахівці виставкового бізнесу вважають цей підхід невірним, оскільки в результаті каталог не репрезентує цілком виставку. Та й навряд чи можна назвати це видання каталогом виставки.

Дуже часто в каталозі виставки публікується додаткова інформація, яка також важлива для учасників і відвідувачів, наприклад, розміщення в каталозі схеми виставкових павільйонів з зазначенням номерів стендів.

Важливо виділити наступні закономірності, що розкривають залежність між кількістю виставок, торгових показів і низкою інших показників:

1. Чим більша компанія, тим в більшій кількості виставок вона бере участь щорічно.

2. Чим більше асортимент продуктів компанії, тим в більшій кількості торгових показів фірма бере участь.

3. Існує також прямий зв'язок між ринковою часткою і участю в торгових показах: фірми з часткою більше 20% бере участь у торгових показах протягом року в два рази частіше, ніж фірми, що мають ринкову частку 5% і менше.

Практично будь-яка виставка, так чи інакше, знаходить відображення в засобах масової інформації. Мова в даному випадку йде не про публікації, озвучування або показ реклами, що передують цій події, але й появі, перш за все, інформаційних матеріалів та телерадіосюжетів, що розповідають про нього.

На практиці інформаційно-аналітична робота фахівця з виставкової діяльності експонента включає:

- зондування цільової аудиторії, що включає в себе всілякі анкетування, опитування, телемаркетинг, фокус-групи, маркетингові дослідження;
- роботу з базами даних, їх актуалізацію, максимальну персоніфікацію;
- сегментацію цільової аудиторії відповідно до наявної бази даних, первинну презентацію виставки, розсилку запрошень, рекламну кампанію, прес-конференцію;

- забезпечення стендистів необхідною інформацією і матеріалами;
- облік відвідувачів під час роботи виставки, їх анкетування, організацію прямих контактів;
- поствиставкову роботу: телефонні розмови, e-mail розсилка, аналітичні звіти, моніторинг ринку.

Змістовні пріоритети організація визначає залежно від поставлених цілей. Слідування суб'єктивним уявленням про те, що цікаво аудиторії, або ж сліпе підпорядкування моді може не тільки не допомогти організації, але й нашкодити. Такі публікації або аудіовізуальні сюжети можуть не зацікавити цільову аудиторію. Пріоритети цільової аудиторії слід систематично вивчати в моніторинговому режимі. І це дозволить вибрати оптимальне поєднання змісту і форми інформаційного матеріалу, який надає бажаний вплив на аудиторію ЗМІ.

У ході взаємодії зі ЗМІ в рамках виставкової діяльності фірма може проводити прес-конференції, на яких поширювати прес-релізи.

Прес-реліз – це письмова форма інформування ЗМІ про діяльність фірми. Він не завжди призначений для появи в пресі або озвучування в ефірі, іноді його завдання – інформувати редакції про події в надії, що викладені факти будуть використані при підготовці власних журналістських матеріалів. Зміст прес-реаліза повинен бути чітким, без будь-якої малозрозумілої або спеціалізованої (професійної) лексики. Інакше такий текст не опублікують.

Прес-конференція являє собою зустріч представників фірми з журналістами, в ході якої журналісти отримують інформацію з питання, зазначеного у порядку денному. Факти, що виносяться на прес-конференцію в ході проведення виставки, швидше за все, будуть віднесені до результатів виробничої або комерційної діяльності фірми.

У ході підготовки до прес-конференції необхідна розробка її сценарію. Слід також визначити ведучого або модератора цього заходу. Як показує практика, число виступаючих на прес-конференції не повинно бути більше трьох, оскільки висловитися треба кожному. Прес-конференція в будь-якому випадку триває не більше години, з урахуванням того, що день журналістів найчастіше розписаний заздалегідь. Її організатори не завжди порівнюють важливість даного заходу з проблемами міста або регіону, їм здається, що журналісти неодмінно виявлять інтерес до заявленої теми.

У ході проведення або по закінченні прес-конференції присутні можуть отримати прес-реалізи. Однак, на відміну від розсилаючих прес-реалізуючих, дані тексти специфічні: вони не повинні повторювати все те, що було озвучено в ході самої прес-конференції.

Для успішного проведення прес-конференції фірмі варто враховувати, що:

1) імпровізація під час проведення цього заходу мало ефективна, а швидше за все, недоречна і зовсім. Імпровізація рівнозначна тому, якщо б

актори на сцені грали на свій розсуд, а не у відповідності з авторським текстом;

2) на питання журналістів слід відвести більшу частину часу прес-конференції. Журналістам не завжди цікаво слухати міркування організаторів, складені у вигляді звітних доповідей.

Узагальнюючи, можна сказати, що функціонування будь-якої організації включає в себе кілька напрямків комунікаційної політики, охоплюючи управлінську, рекламну та інформаційну сфери.

Діяльність організації у сфері зв'язків з громадськістю не обмежується лише часом проведення виставок. Однак, виставка багато в чому є лакмусовим папірцем готовності фірми до успішної роботи. Саме в цей час в концентрованому вигляді реалізується репутація фірми, посилюється міжособистісна взаємодія з аудиторією. Саме тому використання системи зв'язків з громадськістю як сукупності інструментів формування позитивного економічного середовища фірми виявляється особливо необхідним.

Гур'янова Людмила (МСКС – 37)

Науковий керівник:

Резвухіна Л. О., старший викладач

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Комунікаційний менеджмент – цілеспрямована діяльність щодо забезпечення надійного функціонування комунікаційних процесів у просторі та часі, системоутворюючий (по відношенню до об'єкта та предмета) механізм комунікаційного функціонування соціальних структур, регіонів, держав. Комунікаційний менеджмент базується на фундаментальних законах і принципах загального менеджменту, вибудовує свою діяльність в ключі кожного галузевого менеджменту. КМ вбудований в управління і технічними, і економічними, і соціальними системами. Різновидом КМ соціального управління є соціальний комунікаційний менеджмент.

Цілком логічно комунікаційний менеджмент представити як управління функціонуванням комунікаційних систем або комунікаційними процесами. Крім того, комунікаційний менеджмент повинен розглядати питання управління за допомогою комунікацій та комунікаційних механізмів. Слід визначити місце комунікаційного менеджменту в загальній системі управління, а також серед інших засобів, включених в систему управління, або, інакше було сказано, комунікаційний менеджмент не можна розглядати тільки як управління комунікаційними процесами. Проблеми соціальної комунікації, комунікаційного менеджменту слід розглядати на основі глибокого аналізу закономірностей та принципів соціального управління.

Закономірності соціального управління умовно можна розділити на дві групи:

- 1) закономірності функціонування і розвитку суб'єкта управління;
- 2) істотні зв'язки між об'єктами та суб'єктами управління.

Найважливішою ланкою механізму соціального управління є принципи. Принцип – вихідне положення якої-небудь теорії, вчення або науки. Принципи впливають із закономірностей соціального управління. Принципи соціального управління – основні вимоги, якими керуються елементи керованої соціальної системи, особливо – суб'єкти соціального управління. Вони розробляються у відповідності з теорією і технологією соціального управління.

Принципи соціального управління у функціонуванні виставково-ярмаркового комплексу ті ж самі, що і в інших конкретних спільнотах.

Принципи соціального управління в суспільстві обумовлені закономірностями, що виявляються на відповідному рівні. Принципи соціального управління на рівні соціальних систем більш низького порядку, ніж суспільства, наприклад, соціальні підсистеми у вигляді спільнот, соціальні організації, що включають в тому числі організації, що займаються виставково-ярмарковою діяльністю, – це вихідні загальні правила, норми діяльності щодо впорядкування системи соціальних відносин, управління соціальними процесами.

В успішній практиці соціального управління важливу роль відіграють такі організаційні принципи, як принципи основної ланки, поділу праці, ієрархічності та зворотного зв'язку, проблемної орієнтації, цільової спрямованості, адресності, гласності.

В основі принципу наукової обґрунтованості лежить вимога вчинення будь-яких управлінських дій на основі наукових методів та підходів.

Принцип демократизму соціального управління – характеристика функціонування системи управління в масштабах суспільства в цілому або його окремих ланок. На рівні суспільства цей принцип спрямований на забезпечення інтересів народу, широких мас населення і реалізується за безпосередньої участі громадян.

Принцип громадської доцільності полягає в тому, що соціально-керуючі дії на рівні суспільства повинні здійснюватися на основі поєднання громадських і особистих інтересів.

Принцип вченого припускає, що суб'єкт керування представляє собою будь-який управлінський орган або керівника, знайомий із системою загальних законів і закономірностей суспільного розвитку та особливостями управлінської діяльності, приватними соціологічними концепціями і результатами соціологічних досліджень.

Застосування принципу системності при цьому передбачає не просту координацію реалізації планів, здійснювану менеджерами різного рівня, а

забезпечення взаємозв'язку і взаємозумовленості планів в єдину цільову програму, а також інтеграцію компонентів, що належать різним сферам життєдіяльності.

Принцип комплексності в соціальному управлінні реалізується за допомогою повного врахування всіх аспектів протікаючих управлінських процесів: економічних, соціальних, політичних, культурних; психологічних, організаційних. Цей принцип припускає відповідність протікаючих процесів та управлінських дій діалектичної логіки.

Принцип соціальної орієнтації управління стосовно до економіки означає її соціальну орієнтацію, а до виробничого процесу – отримання значних результатів за рахунок обліку соціокультурних факторів.

Принцип ефективності полягає в досягненні поставленої мети в можливо короткий строк і за менших витрат.

Принцип саморегулювання дозволяє протистояти соціальній системі впливові ззовні шляхом внутрішньої самостійної перебудови.

Принцип змагальності, конкуренції реалізується шляхом виявлення найбільш результативних, ефективних шляхів соціального розвитку. Принцип конкуренції застосовується в системі управління персоналом для відбору управлінських кадрів.

Принцип цільової спрямованості дозволяє правильно визначати способи та характер управлінських дій. Рівень реалізованих завдань з досягнення мети є мірилом ефективності та якості управлінської діяльності.

Принцип адресності дозволяє робити правильний вибір при визначенні головних суб'єктів управління – виконавців тих чи інших управлінських ролей. Крім того, цей принцип визначає і спрямованість на конкретний об'єкт тих чи інших управлінських рішень.

Принцип гласності в соціальному управлінні, перш за все, означає забезпечення доступності до управлінської інформації та прийнятим управлінським рішенням всіх зацікавлених осіб або організацій.

Принцип ієрархічності та зворотнього зв'язку полягає у створенні багатоступеневої структури управління, в якій контроль над функціонуванням всіх ланок управління здійснюється на основі зворотнього зв'язку.

Застосування зазначених принципів соціального управління у виставково-ярмарковій діяльності дозволяє синтезувати розрізнені завдання в цілісний механізм впливу на соціальні об'єкти і сприяє ефективному соціальному розвитку різних підсистем виставково-ярмаркового комплексу.

Отже, комунікаційний менеджмент у виставковій діяльності – система управління виставковими комунікаціями та виставковим комплексом в цілому як системою комунікації. Крім того, виставковий комунікаційний менеджмент, заснований на зазначених принципах соціального управління, являє собою керування виставковою діяльністю за допомогою організації оптимальної взаємодії між експонентом і відвідувачами виставки.

ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ ЗА РАХУНОК МОТИВАЦІЇ

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу, як основний засіб забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу є актуальним. Мотивація – це спонукання до активної діяльності осіб, колектив, груп, пов'язане з прагненням задовольнити певні потреби [1]. Метою мотивації є отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і ефективність діяльності підприємства.

Одним з головних результатів на сучасному етапі стало перетворення людини в головну рушійну силу виробництва, тому сьогодні для організації її персонал є основним багатством.

Управління людськими ресурсами є одним з найважливіших напрямків діяльності підприємства і вважається основним критерієм її економічного успіху. Можна мати передову, сучасну технологію, але проблеми з персоналом загублять її. Таким чином, ключовою складовою бізнесу підприємств є управління й стимулювання персоналу.

Керівник повинен контролювати роботу своїх підопічних, спостерігати не тільки за якістю виконуваної роботи, але й за їхнім психологічним станом, і в міру виникнення проблем – вирішувати їх [2].

Підприємство може зіткнутися з декількома основними проблемами, пов'язаними з персоналом. Ефективність підприємства напряму залежить від неякісної роботи, що може виникнути з вини працівника. Найважливішою проблемою залишається байдужність, плинність кадрів. Деяких робітників не цікавить нічого, крім зарплати. Вони можуть звільнитися після першої "получки" або піти до конкурента, у якого зарплата більша.

На підприємстві необхідно більшу роль приділити безпосередній мотивації персоналу. Для мотивації співробітників використовують як фінансові, так і не фінансові методи винагороди.

Необхідно заздалегідь погоджувати принцип винагороди за перевиконання плану – працівник буде намагатися збільшити свою продуктивність для одержання премії. Також необхідно скасувати "стелю" для премій – це означає, що чим більше працівник виконає завдань, тим більше в нього буде премія, розмір якої буде залежати тільки від нього.

Кожна премія повинна вручатися безпосереднім начальником і супроводжуватися бесідою й поздоровленнями; із працівниками, що не одер-

жали премії, бесіда з приводу підстави для позбавлення премії проводиться обов'язково й наодинці.

Для працівника, який не до кінця розуміє, для чого він робить свою роботу, можна провести екскурсію, організувати зустріч з клієнтами, щоб вони послушали відгуки про продукт. Для того щоб людина працювала "з душею", необхідно підняти його статус у його ж власних очах. Керівництво всіма можливими способами повинне підкреслювати, що кожний конкретний робітник важливий, що його цінують, поважають.

Гарним методом буде видавництво газети підприємства, у якій тому ж робітникові буде приємно прочитати про себе. Він буде показувати її всім своїм родичам і знайомим з гордістю. Позитивним моментом буде створення можливості спілкування підлеглих з керівництвом. Повинні існувати прийомні години, під час яких працівники можуть звернутися безпосередньо до вищого керівництва зі своїми проблемами. Необхідно проявляти увагу до проблем робітників. Проблеми підлеглих можуть виглядати для керівництва незначними, але вони здатні серйозно демотивувати працівників. Тому навіть на дріб'язкову проблему варто звертати увагу [3]. Робітники будуть вдячні підприємству, якщо відчують, що керівництво піклується про них і намагається поліпшити умови їхньої праці. Турбота може проявлятися в таких видах: чистота в приміщеннях, зниження небезпеки виробництва на робочому місці, бонуси за стаж роботи, створення комфортних умов праці: якісний спецодяг і засоби індивідуального захисту, якісний інструмент, мінімізація фізичних зусиль, необхідних для виконання роботи, гарне медобслуговування, наявність душі, спортивного залу.

Формування духу колективізму, сімейності й корпоративності призведе до поліпшення виробничих результатів і зміцнення щирих дружніх відносин, поваги й відданості. При цьому повинні дотримуватися норми етики в спілкуванні з персоналом і поведженні в суспільстві. При такій культурі працівники найбільшою мірою розділяють мету й цінності, установки й традиції. Прояв відданості справі й організації стає природним і закономірним. Для керівників дуже важливо, щоб люди працювали на повну силу, щоб мета компанії й людини збігалася.

Використані джерела:

1. Галенко В.П., Страхова О.А., Файбушевич С.И. "Управление персоналом и эффективность предприятий". – М.: Финансы и статистика, 1998. – 213 с.
2. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие / Ред. А.Я. Кабанов. – М.: Наука, 2005. – 296 с.
3. Мэйтланд Я. Руководство по управлению в малом бизнесе, – М.: Москва, 2000. – 160 с.

СЕКЦІЯ ІІІ. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Нечай Анастасія (МЗКД-239/зм)

Науковий керівник:

Філіна А.П.,

кандидат педагогічних наук, професор

ОРГАНІЗАЦІЯ ФОРМ ДОЗВІЛЛЯ МОЛОДІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ (на прикладі діяльності народного фольклорного аматорського гурту "Коляда")

Це питання я хочу розглянути на конкретному прикладі народного фольклорного аматорського гурту "Коляда".

Основні завдання дозвілля:

- дозвілля як частина вільного часу, що залучає молодь своєю нерегламентованістю і добровільність вибору його різних форм;
- соціальні інститути дозвілля для багатьох є основним джерелом соціально-культурної інтеграції й особистісної самореалізації;
- важливий елемент самосвідомості – усвідомлення своїх цілей, життєвих устремлінь, вироблення свого життєвого плану;
- потреба молоді у спілкуванні з ровесниками [1];
- наблизити коштовне, улюблене і відокремити, скасувати порожнє, непотрібне;
- на цьому етапі життя людини виробляється індивідуальний стиль дозвілля і відпочинку, накопичується перший досвід організації вільного часу, виникає прихильність до тих чи інших занять;
- здійснюється всебічний розвиток здібностей;
- акцент на творчі види дозвіллевих занять, забезпечення в них участі кожної молодої людини;
- одна з вимог до організації молодіжного дозвілля – різноманітність, цікавість, розважальність і ненав'язливість;
- інша вимога – повна деалкоголізація молодіжного дозвілля [3];
- форми дозвілля: аматорські об'єднання і клуби;
- на цей час молодих людей приваблюють ігри, пов'язані з використанням ігрових автоматів, комп'ютерів;
- творчість – форма дозвілля, що набирає популярність;
- дискотеки, як найпоширеніший вид дозвілля;

- соціально-економічні фактори як чинники, що впливають на дозвілля молоді людини;
- ринкові відносини в сфері культури несуть негативні наслідки для молоді;
- пріоритети цінностей дозвілля молоді – на 1 місці – пасивні форми дозвілля, і лише на 3 – інтелектуальні [2];
- духовно-ідейний вакуум молоді, що відображає кризу системи соціальних цінностей на перехідному етапі;
- молодь віддає перевагу таким групам дозвілльової діяльності:
 - 1) комунікативна – до неї відноситься молодь, яка керується бажанням спілкуватися з друзями, коханою людиною, рідними;
 - 2) рекреаційна – до неї входить молодь, яка керується бажанням відпочити, поліпшити свій настрій;
 - 3) самореалізація – молодь цієї групи прагне реалізуватись у вільний час свої здібності, що не знаходять вияву в робочий час;
 - 4) творча – до неї входить молодь, орієнтована на естетичне освоєння світу, прагнення до прекрасного;
 - 5) пізнавальна – молодь цієї групи орієнтована на поглиблення і розширення знань [5];
- поєднання фізичної та розумової праці – запорука позитивного результату розвитку людини;
- вільний час має велике значення, в дозвілльовій діяльності можна виділити чотири типи саморегуляції вільного часу:
 - 1) творчо-перетворюючий – людина пролонговано здійснює регуляцію свого вільного часу, пов'язуючи його з розв'язанням важливих життєвих планів;
 - 2) споглядально-продовжуваний – людина пасивно ставиться до свого вільного часу, без чіткого його регулювання;
 - 3) функціонально-діючий – людина активно організовує свій вільний час лише в окремі періоди своєї життєдіяльності або лише при здійсненні окремих видів діяльності;
 - 4) стихійно-буденний – людина перебуває у полоні стихії, часу, неспроможна організувати в певній послідовності дозвілльову і більш піднесену діяльність, пасивна в регуляції свого вільного часу [4];
- раціональне використання вільного часу і дозвілля молоддю – найефективніший вплив на розвиток особистості;
- планування бюджету часу – запорука рівноваги між різними видами діяльності;
- культурно-дозвілльові заклади – необхідна умова розвитку вільного часу і культурно-дозвілльової діяльності молоді;
- нова культурна політика, що відображає нові реалії;
- стан дозвілльової діяльності, як показник стану розвитку суспільства;

- національна система культурно-дозвіллевої діяльності як одна з головних складових національно-культурного оновлення;

- можна запропонувати основні принципи організації системи дозвілля молоді:

1) гуманізація змісту виховного компонента дозвілля, яка ґрунтується на загальнолюдських цінностях, правах людини, забезпеченні їхнього захисту, створенні умов для розвитку особистості, забороні пропаганди насильства та розпусти;

2) орієнтація на розвиток особистості як основної цінності суспільства;

3) національна спрямованість змісту і форм дозвіллевої діяльності;

4) децентралізація та демократизація дозвілля; рух від стандартизації та уніфікації до строкатості та багато барвистості форм дозвілля;

5) урахування в організації дозвілля регіональних та місцевих особливостей, традицій та обрядів у їх оновленні;

6) безперервність і наступність форм дозвілля впродовж усього життя особистості як засобу її соціалізації;

7) урахування соціальних, національних, вікових, індивідуальних особливостей і потреб молоді;

8) єдність зусиль держави, політичних та громадських організацій, сім'ї, інших соціальних інститутів стосовно змістовного дозвілля молодого покоління;

9) модернізація та оновлення технологій, форм і методів роботи з урахуванням досягнень світового досвіду;

10) соціальна допомога і підтримка молоді в організації дозвілля;

11) пріоритет духовності;

12) естетизація всіх заходів, поєднання з моральністю [6].

Таким чином, розглядаючи різноманітні форми та методи організації дозвіллевої діяльності молоді в сучасних умовах, важливо перш за все звертати увагу на інтереси та вподобання сучасної молоді, на її ідеологічні вподобання та на потреби. Адже саме ці фактори є визначними при виборі форми проведення власного дозвілля. Слід також зауважити, що дозвілля має для молоді більш важливе значення ніж для дорослої людини, для молоді це не просто відпочинок, а й можливість творчо розвиватись та самостверджуватись в дорослому житті.

Використані джерела:

1. Бестужев-Лада Н.В. К школе 21-го века.- М., 1988.-411 с.

2. Бовкун В.В. Образ жизни современной молодежи: тенденции, проблемы, перспективы.- М., 1997.-432 с.

3. Каменец А.В. Деятельность клубных учреждений в современных условиях: Учеб. Пособие.- М.: МГУК, 1997.-141 с.

4. Соціологія: посібник для студентів вищих навчальних закладів / За ред.. В.Г. Городененка.- К.: Видавничий центр " Академія ", 1990.-384с.

5. Цимбалюк Н.М. Дозвілля в Україні. Теоретичні та емпіричні аспекти: Монографія.- К.: ДАКККиМ, 2003.-224 с.

6. Чепелев В.І. До питання методології педагогіки соціокультурної діяльності і вільного часу // Питання культурології: Міжвід.зб.-1994.-№13.

Мельник Надія (МЗКД – 57)

Науковий керівник:

Ашаренкова Н. Г.,

кандидат педагогічних наук, професор

ДІЯЛЬНІСТЬ ГАЛЕРЕЇ "НЕФ" У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ

Збереження і поширення культурних цінностей є одним з першочергових завдань суспільства. В цьому напрямі працює і галерея сучасного мистецтва "НЕФ", яка впродовж років накопичила цікавий і гідний наслідування досвід.

Однак, проблема галеристики в структурі державного музею, а саме: її роль, завдання та можливості на сьогоднішній день майже не досліджені. Це поки що чиста сторінка в музеєзнавстві. У зв'язку з тим, що майже всі державні музеї в тій чи іншій формі починають займатися галерейною справою, досвід діяльності галереї "НЕФ" заслуговує на увагу.

Галерея "НЕФ" створена у 1993 році при науковій частині Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника. І те, що вона була створена саме тут, не є випадковістю. З історії Києво-Печерського монастиря відомо, що в усі часи він був центром не тільки церковного, а й культурного життя. Саме тут наприкінці XVII ст. виникла перша малярня зі своєю системою художнього навчання. Вона охоплювала не лише іконопис, а й давала певну художню освіту щодо світського живопису та графіки. З малярнею пов'язані такі відомі імена: Феоктист Павловський, Алімпій Галик, Захарія Голубовський та ін. За описом 1761 р. малярня Києво-Печерської лаври мала в своїй колекції велике зібрання ікон, гравюр, портретів.

Продовжуючи та розвиваючи давні культурні традиції монастиря, Заповідник не міг залишитися осторонь підвищеного інтересу населення до сучасного образотворчого мистецтва. Він не лише зберігає у недоторканості матеріальні цінності минулого, а й виконує важливу функцію – поширення культурних цінностей, що залишилися нам у спадок.

У Статуті Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника, затвердженого 31.12.1996 р., визначаються такі його основні

завдання: "Залучення громадян до надбань української матеріальної та духовної спадщини, формування національної свідомості українського народу". На наш погляд, галереї сучасного образотворчого мистецтва є дієвим інструментом у збереженні, популяризації культурних цінностей, сприянні розвитку музейної справи.

Заповідник здійснює обмін виставками із закладами культури України та інших держав; приймає у дарунок від приватних осіб культурні цінності; проводить конкурси. Основними напрямками його діяльності є: культурно-освітня, науково-дослідна, експозиційна діяльність; комплектування зібрань пам'яток; міжнародне співробітництво в галузі музейної справи.

Згідно з визначеними функціями, робота галереї "НЕФ" повністю відповідає Статуту Заповідника і відноситься до його основної діяльності, а не допоміжної, яку розглядають як виготовлення та реалізацію сувенірної продукції. Але сталося так, що у 1998 р. її було переведено з наукової частини до виробничо-допоміжної.

Професійно організована робота в галереї сучасного мистецтва надає можливість для проведення науково-дослідної діяльності, зокрема: вивчення нових тенденцій у розвитку не лише національного мистецтва, а й культури в цілому; проведення досліджень щодо збереження та поширення історичних та релігійних традицій в сучасній культурі; аналіз походження різноманітної символіки та її використання митцями у своїх творах, культурно-соціологічні дослідження та ін.

Ця велика за обсягом і різноманітна за змістом робота має важливе значення для укріплення національної самосвідомості українського народу, долучення широких верств населення до кращих зразків мистецтва, виховання у них естетичного смаку.

Важливо, щоб галерея мала своє обличчя та зайняла власну нішу в мистецькому просторі. Це досягається багаторічною творчою працею фахівців-галеристів, продуманою експозиційною політикою, бездоганним художнім рівнем творів образотворчого мистецтва, розміщених в експозиції. Процес створення експозиції, її художнього та емоційного образу, є творчим процесом, як і робота митців над художніми творами. Однак, варто підкреслити, що невдала виставка може зруйнувати імідж галереї.

На базі експозицій галереї "НЕФ" проводиться культурно-освітня робота. Насамперед, це екскурсії по виставкових залах як оглядові, так і тематичні, які проводяться впродовж п'яти років. У книгах відгуків майже 50% усіх записів – це подяки за цікаві та змістовні екскурсії, проведені її співробітниками.

Однією з форм культурно-освітньої діяльності галереї є лекторій, присвячений історії культури, мистецтву, релігії. Цикл лекцій супроводжується показом творів сучасного мистецтва відповідної тематики. У га-

лереї Національного Києво-Печерського заповідника, в якому на стаціонарних виставках демонструються також чудові витвори мистецтва минулого, дуже зручно в процесі лекцій проводити порівняльний аналіз, ніби перекидаючи логічний місток між минулим та сучасністю, і навіть прогнозувати майбутнє української культури.

Велику зацікавленість у населення викликають творчі вечори відомих художників, які розкривають внутрішній світ митців, дозволяють краще пізнати філософію їхніх творів, повніше відчутти велич сучасної мистецької культури.

На наш погляд, в галереї доречно проводити презентації нових літературних творів, зустрічі з письменниками, організовувати камерні музичні вечори, доповнюючи ці акції тимчасовими художніми експозиціями.

Галерея сучасного мистецтва є незамінним помічником музею в розвитку міжнародних стосунків.

Завдяки своїй мобільності галерея "НЕФ" налагоджує творчі зв'язки із закордонними музеями та галереями, посольствами інших країн. Безліч міжнародних фестивалів, салонів, бієнале надають галереї можливість пропагувати мистецтво і культуру своєї батьківщини та музей, в структурі якого вона знаходиться, у різних країнах світу. Безпосередні зв'язки з аташе по культурі надають можливість широкого обміну виставками.

З метою міжнародного співробітництва галерея надає виставкові зали для проведення виставок і мистецьких акцій.

Підкреслимо, що представники іноземних посольств в Україні на найвищому рівні постійно відвідують виставки в галереї "НЕФ", що безумовно, додає їй престижності. Водночас це є свідченням високого художнього і професійного рівня проведення презентацій експозицій.

Отже, галерея "НЕФ" Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника є важливим структурним підрозділом державного музею, яка проводить різноманітні заходи у популяризації культурних цінностей. Для досягнення цієї мети діяльність галереї відрізняється від інших закладів тим, що у неї не привалюють комерційні інтереси. Хоча зрозуміло, що вона є необхідною в ринкових умовах.

ФЕНОМЕН ХІП ХОП КУЛЬТУРИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Сказати однозначно, коли з'явилася Хіп Хоп культура, складно, оскільки кожен з її елементів має свою історію зародження та розвитку і до певного часу існував окремо. Відомо, що деякі з них формувалися мало не протягом усієї історії людства, а деякі – з'явилися разом з появою техніки, зокрема музичної. Вона сприяла не лише вдосконаленню, а й появі інноваційних методів відтворення існуючої та створення нової музики.

Власне, назва "Хіп Хоп" була дана цій культурі у 1974 р. діджеєм Африкою Бамбаатою, справжнє ім'я якого Кевін Донован. Саме він зібрав усі елементи Хіп Хопу в одне ціле, не лише поєднавши їх, а й пов'язавши між собою. Цими елементами стали:

- DJ'ing (діджеїнг, від англ. DJ – disc jockey – диск-жокей) – майстерність грати на платівках та зводити музичні композиції під час програвання так, щоб між ними не було пауз, використовуючи для цього вінілові програвачі та мікшер. Творцями діджеїнгу були діджеї Кул Хьорк, Гренд Майстер Флеш та Гренд Візард Теодор. Їм належить також створення багатьох нових звукових ефектів і технік програвання платівок, що стало кроком на шляху розвитку музичного мистецтва, його різних напрямків.

- MC'ing (емсіінг, від англ. MC – master of ceremonies – майстер церемонії, тобто господар вечірки) – майстерність читати реп (від англ. rap – розмова, бесіда; музичний твір з чітким ритмом, в якому слова не проспівуються, а промовляються), причому не просто вивчений текст, а фрістайл (від англ. free – вільний, style – стиль), тобто імпровізуючи. Емсі – це люди, які вміють "тримати" танцмайданчик в постійному ритмі на будь якій вечірці. Вони не дають присутнім нудьгувати, і, читаючи свої тексти, наповнюють їх енергією, створюють відповідну атмосферу. Першими емсі були Гренд Майстер Флеш, Меле Мел (Mele Mel), Ласт Поет (Last Poet).

- Graffiti (графіті, від англ. graffiti – написи, малюнки на стінах будинків, огорожах та місцях суспільного користування) – специфічні малюнки та написи, які можуть бути звичайними фразами, лозунгами або девізами, так і тематичними композиціями. Зазвичай вони виконуються автомобільною фарбою за допомогою балончиків з насадками, які регулюють товщину ліній, і оформлюються в різних стилях та кольорових гамах. Інколи люди плутають графіті та непристойні написи на стінах, але насправді вони не мають між собою нічого спільного. Крім того, деякі малюнки, виконані в цьому стилі, дивують своєю складністю не тільки перехожих, а й представників класичного образотворчого мистецтва.

Мистецтво графіті, на відміну від інших елементів Хіп Хоп культури, зародилося в стародавні часи, коли племена малювали або видряпували різноманітні зображення на стінах печер. Зрозуміло, що сьогодні воно відчутно видозмінилося. Перші графітчики з'явилися в Нью-Йорку. Вони писали та малювали свої нікнейми (від англ. *nickname* – прізвисько) на стінах будинків та споруд, потягах. Завдяки цьому з'явилась велика кількість шрифтів, які використовуються і сучасними майстрами графіті. Першим графітчиком був юнак на ім'я Джуліус (1968 р).

- Breaking (брейкінг) – танець Хіп Хоп культури, який увібрав у себе багато рухів з танців африканських племен, українського народного та бальних танців, сальси, латини, рокінгу тощо, а також деякі гімнастичні та акробатичні рухи. Виконується він в колі, яке складається з глядачів і часто набуває форми змагань. Його назва була вигадана згадуванням раніше діджеєм Кулом Хьорком і походила від музичного терміну "брейк", адже на початку свого зародження він виконувався саме під брейки, які супроводжувалися музикою в стилі фанк. Власне, поєднання фанку з брейкбітом і стало класичною музикою для брейкінгу.

Сучасна форма цього танцю зародилася наприкінці 60-х – початку 70-х років ХХ століття в Нью-Йорку, а саме в Бронксі. Вперше брейкінг був продемонстрований в 70-х роках ХХ століття в Бронксі, але не широкому загалу, а учасникам так званих хіп хоп тусовок. Хлопці та дівчата, які приходили на вечірки, де діджеї грали музику в стилі фанк, рухались так, як ніхто раніше, і Кул Хьорк назвав їх бі-бойз та бі-гьолз (b-boys and b-girls), що означало брейк-бойз та брейк-гьолз (break-boys and break-girls). Звідси з'явилася ще одна назва цього танцю – бібоїнг (b-boing), оскільки на початку зародження його переважно освоювали хлопці. Таким чином, брейкінг почав швидко та стрімко розвиватися і ставав дедалі популярнішим. З'являлися команди, які влаштовували змагання, аби показати справжню майстерність у його виконанні, доводячи цим свою першість.

Що ж до походження самої назви "Хіп Хоп", то з цього приводу існують різні точки зору. Наприклад, що це була фраза з якоїсь популярної на той час пісні, або, що її вигадав діджей Африка Бамбаатаа та інші. Більшість висловлених думок є лише припущеннями, тому що питання виникнення і розвитку досліджуваного явища культури не вивчено не лише в Україні, а й у світі. Література на цю тему відсутня, а єдиними джерелами інформації є документальні фільми, яких мало, Інтернет, де, нажаль, часто розміщують недостовірну інформацію, та журнали, здебільшого підпільні.

На нашу думку, історично найбільш обґрунтованою здається думка діджея Динаміт Джея. Він вважає, що перші вечірки, які організовував Африка Бамбаатаа, мали назву "The Hip Hop Benny Bor", де слово "bor" – скорочення від "borrer". В перекладі з англійської bor – один з видів джа-

зової музики, а *borrer* – відповідно людина, яка грає музику такого стилю, або ж танцює під неї. Коли Африка Бамбаата влаштовував ці вечірки, він запрошував на них емсі Старські (MC Starski) у якості ведучого, який, тримаючи в руках мікрофон, часто промовляв фрази типу "Welcome to the Hip Hop Benny Bor! That's right ya'll Hip Hop till you don't stop". Отже, за словами Динаміт Джея, авторство самої назви "Хіп Хоп", яка закріпилася за новоутвореною культурою, належить Африці Бамбааті, а її популяризація – емсі Старські.

Підкреслимо, що люди, які вживають словосполучення "Хіп Хоп", часто не знають і не розуміють про що йде мова. Одні вважають, що це лише один з видів сучасного танцю, інші – стверджують, що це молодіжна субкультура, тимчасове захоплення, через яке проходять майже всі сучасні підлітки, або плутають його з таким музичним напрямом як реп (який, до речі, є одним із складових елементів Хіп Хоп культури). Насправді жодна з цих думок не відповідає дійсності.

Таким чином постають питання: що саме являє собою Хіп Хоп культура? Чи можна назвати її культурою, чи це субкультура? І якщо субкультура, то яка саме – молодіжна, професійна, регіональна? Щоб отримати відповідь на них і з'ясувати сутність досліджуваного явища, розглянемо поняття "субкультура".

Дехто з вчених вважають її різновидом загальнонаціональної культури, а інші – специфічною формою буття культури. Термін "субкультура" (від лат. *sub* – під, *culture* – культура) був введений у 30-х рр. XX ст. американським соціологом Т. Роззаком. Існують декілька тлумачень цього поняття. Наприклад, американський дослідник Н. Смелзер визначає його як систему норм і цінностей, яка виділяє якусь соціальну групу з великої спільноти.

В культурологічному словнику-довіднику З. В. Гіптерс тлумачить субкультуру як частину загальної культури, систему цінностей, норм, традицій, форм поведінки, властивих певній соціальній групі. Там вказано, що вона не протистоїть домінуючій культурі, а відрізняється від неї мовою, поглядом на життя, манерами поведінки, звичаями тощо, і як приклад наведено субкультуру молоді, людей старшого віку, етнічної групи.

В словнику "Культура і культурологія" А.І. Кравченка зазначається, що термін "субкультура" спочатку вживався лише відносно молодіжної культури, зокрема тієї частини молоді, яка вважалась девіантною. В такому розумінні цей термін використовували Т. Парсонс у 1954 році та С. Ейзенштадт у 1956 році.

У короткому тематичному словнику з культурології поняття "субкультура" визначено як культура групи людей, об'єднаних спільними інтересами в певній сфері життєдіяльності. Також зазначено, що зріст субкультур співпав з формуванням масової культури, становленням постіндустріального сус-

пільства, розвитком поділу праці та професійної спеціалізації, зміцненням ідеології плюралізму. Основною функцією субкультури вважається допомога людині встановити соціальні та культурні зв'язки з іншими людьми.

Разом з тим існує інше розуміння субкультур як локальних групових культур, що виникли в результаті соціальної дисгармонії, часто як спосіб захисту від неї. Субкультура прямує до власних видів культурної свідомості та поведінки, нерідко приймаючи за них викривлені загальнокультурні норми. Саме явище субкультури історично довготривале, але щоразу реалізується в конкретних умовах у вигляді локальних групових культур, які виробляють специфічні типи спілкування, мову та вимагають їх жорсткого дотримання. По відношенню до домінуючої культури, субкультури налаштовані критично або навіть опозиційно, схильні до ізоляції, агресії стосовно існуючого соціального устрою. Більшість субкультурних груп швидко розпадаються зі змінами вікових, майнових та інших ознак. За всієї вразливості основних позицій, субкультура – це надійний індикатор загальних культурних і соціальних недосконалостей.

У наведених нами визначеннях поняття "субкультура" є спільні й відмінні риси. Складність визначення поняття "субкультура" полягає у багатоманітності поняття "культура" (на сьогодні існує понад 500 визначень), від якого воно власне і походить, а також у тому, що, порівняно з культурою, субкультура – досить молоде явище та існує всього близько сімдесяти років, в той час як культура виникла ще в стародавні часи, але для її визначення й досі відсутнє загальне тлумачення. Та вже на основі вивчених означень субкультури сутність Хіп Хоп культури можна не просто порівняти, а навіть протиставити сутності субкультури.

Безумовно, є спільні риси, але в Хіп Хоп культурі вони мають дещо інше значення. Найголовнішою відмінністю, яка впливає з їх порівняння, є те, що субкультура – переважно тимчасове явище у житті людини, яке в певний період з'являється і через деякий час зникає. Водночас, Хіп Хоп є способом життя людини. Це не лише захоплення, а стиль життя, стан душі, певний спосіб мислення, своєрідні філософські погляди, власна система духовних і матеріальних цінностей, і навіть менталітет. Як вже зазначалося, субкультура є досить новим явищем в суспільстві, а деякі елементи Хіп Хопу виникали і розвивалися впродовж усієї історії людства.

Проведене порівняння дозволяє зробити висновок, що Хіп Хоп є ширшим поняттям, ніж субкультура. Також стає очевидним, що його елементи поєднали в собі культури різних народів світу, що дає підставу вважати Хіп Хоп міжнародною культурою. Ще одним доказом цього є існування міжнародної організації під назвою Всесвітня нація зулусів (The Universal Zulu Nation), яка була створена Африкою Бамбаатою 12 листопада 1974 року. В її основу було покладено принципи знання, мудрості, взаєморозуміння, свободи, справедливості, рівноправності, миру, єдності,

любові, поваги, роботи (над собою), задоволення (від життя та від того, що робиш і чим займаєшся), віри тощо. Через рік після заснування Всесвітньої нації зулусів 12 листопада було проголошено міжнародним днем Хіп Хоп культури.

Ця організація існує ісьогодні. До неї входять діджеї, емсі, бібої, бігьолс та графітчики з усього світу, ті, хто зробили внесок у розвиток цієї культури, були творцями її історії.

Деякі автори пов'язують Хіп Хоп культуру з явищем молодіжної культури. Проте, поняття "молодь" ще не має чітко визначених вікових меж, що у свою чергу ускладнює виділення власне молодіжної культури серед інших культур. Крім того, як свідчить історія, Хіп Хоп культура не має вікових обмежень. Тому застосування терміну "молодіжна культура" до культури Хіп Хоп не є обґрунтованим.

Аналіз історії зародження та розвитку її елементів дозволяє зробити висновок, що вона є вуличною культурою, оскільки формувалася в бідних районах Нью-Йорку. Люди, які створили нову культуру, не мали нічого окрім фантазії, креативного мислення та бажання.

Слід також віддати належне фільмам, які були зняті в США, а саме: "Scratch" ("Скретч"), "The Freshest Kids" ("Зе Фрешест Кідс"), "Wild Style" ("Вайлд Стайл"), "Beat Street" ("Біт Стріт"). Два перших – документальні, а останні – художні. Вони розкривають процес зародження, розвитку та сутність Хіп Хоп культури. Вони мало відомі широкому загалу людей, і знають про них здебільшого представники самої культури. Російською мовою перекладено та озвучено лише "Скретч", а всі інші в Україні представлені лише мовою оригіналу – тобто, англійською. Особливість цих фільмів полягає в тому, що в них знялися представники цієї культури, які грали там самих себе.

Таким чином, можна зробити висновок, що Хіп Хоп є міжнародною вуличною культурою. Вона є майже не дослідженою і крім її представників, мало кому відомою. Ця культура увібрала в себе різні види мистецтв та привласнила елементи різних культур світу, а також вплинула і продовжує впливати на їх розвиток. Тому Хіп Хоп культура потребує більш глибокого дослідження, оскільки тривалий час дарує Україні та світові визначних особистостей, сприяючи розвитку всесвітньої культури.

Бурдейна Інеса (МСКД-409 д/м)

Науковий керівник:

Врублевська В.Б.,

заслужений працівник культури України, професор

МІЖНАРОДНІ МУЗИЧНІ КОНКУРСИ І ФЕСТИВАЛІ ЯК ЗАСІБ ПОГЛИБЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Музика завжди впливала на розвиток особистості. Стан духовності суспільства відображає ступінь його культурного розвитку. Високий рівень музичної культури в нашій країні має велике значення для галузі культури і виступає одним із головних факторів, що сприяють Україні впевнено інтегруватися до європейського та світового культурного простору. Нині питання музичних конкурсів та фестивалів у зовнішньокультурній діяльності є дуже актуальним, оскільки сприяє налагодженню, розвитку, зміцненню та поглибленню міжнародного культурного співробітництва і є пріоритетним напрямком у зовнішньокультурній політиці кожної країни. Міжнародні музичні конкурси і фестивалі є ефективним засобом здійснення культурних діалогів. Важливу роль у рекламній кампанії, організації, проведенні та висвітленні результатів проектів у засобах масової інформації відіграє професійна діяльність менеджера зовнішньокультурної діяльності.

Конвенція ЮНЕСКО розглядає міжнародне культурне співробітництво, зокрема як обмін інформацією та досвідом, сумісні ініціативи, а також створення механізму надання допомоги державам в їх зусиллях, направлених на охорону нематеріальної культурної спадщини.

Естетична думка протягом всієї історії розглядала мистецтво не просто як засіб розвитку поглядів, смаків або художніх здібностей, а й як могутній засіб соціалізації особистості, засіб формування специфічного суспільного духовно-емоційного досвіду як основи естетичної культури. Тому музичне мистецтво впродовж всіх періодів розвитку людства відігравало важливу роль у становленні та еволюції культури.

Саме в ХХ ст. відбулася своєрідна революція в музичній свідомості, утвердилися нові принципи музично-естетичного мислення та розуміння цінностей музичних композицій. Докорінні зміни сучасності призвели до напруженого пошуку нових орієнтирів, прогресивних шляхів розвитку суспільства.

Зміна ціннісних домінант – характерна риса музичного процесу на межі ХХ – ХХІ ст. ХХ ст. починає своє музичне життя, коли гармонія вже втратила свої позиції в ієрархії музичних цінностей. Нова концепція музики ХХ ст. – це "крок до нової музичної логіки". Це нове уявлення про систему цінностей формується на принципах діалогічного мислення, спроможного

проникати в сферу самого процесу творчості, як вічний діалог культур, що не зникає ні в часі, ні в просторі.

Однією з головних ознак сучасного культурного простору України є надзвичайно швидке поширення фестивального руху, що, починаючи з 90-х років, охопив практично всі міста та навіть села. Фестивалі як форма існування музичного мистецтва (альтернативна до сезонних концертів) утворили свого роду календар новітніх українських свят або "фестивальне коло".

Музичні фестивалі – це жива культура. Музичне мистецтво – це та важлива складова культури, що може зіграти неабияку роль в об'єднанні усіх верств населення, незалежно від соціального становища чи національної приналежності.

Музичні фестивалі є важливим елементом розвитку і самоорганізації суспільства, територіальних громад, професійних груп. В умовах стрімкого перетворення навколишнього середовища, соціальних інституцій, побутового укладу, спричиненого як розвитком сучасної цивілізації, так і глобальними геополітичними змінами, фестивалям і конкурсам відводиться роль визначного фактора творчого життєвого устрою, невичерпного джерела суспільних нововведень.

Для успішного проведення заходу у соціально-культурному середовищі, необхідно чітко знати та дотримуватися основних принципів менеджменту культури, керуватися відповідними нормативно-правовими документами у цій сфері. Важливу роль при організації та проведенні музичних конкурсів та фестивалів відіграють технології реалізації даних проектів.

Зовнішньокультурні зв'язки мають важливе значення щодо реалізації культурної політики держави. Міжнародні конкурси і фестивалі є одним із ефективних засобів її впровадження.

Важливою також є роль менеджера зовнішньокультурної діяльності, що полягає у:

- створенні проектів;
- проведенні маркетингових досліджень макро і мікро середовища;
- пошуку додаткових джерел фінансування для реалізації проектів;
- співпраці в організації та проведенні міжнародних культурних проектів;
- сприянні залученню партнерів та зацікавлених осіб;
- розвитку, збереженні та поширенні нематеріальної культурної спадщини країни.

Але на сьогодні залишаються проблеми економічного і політичного характеру, які негативно впливають не тільки на організацію та проведення конкурсів та фестивалів на міжнародному рівні в Україні, але й на розвиток музичного мистецтва і поглиблення міжкультурного співробітництва.

- недостатність акустичних залів, котрі використовували б належним чином для проведення подібних заходів (на сьогодні єдиним в Києві таким залом є Національна Філармонія);
- нестабільність політичної ситуації в Україні (так, у 2007 році на конкурс імені Горовиця не приїхали шістнадцять учасників з Італії, Іспанії, Америки, Чехії, Канади, чого раніше ніколи не було);
- недостатній рівень культури суспільства (виявляється у непередбачених ситуаціях в центрі Києва під час проведення важливих культурних заходів у столиці);
- обмеженість фінансування з боку держави, що ставить проведення конкурсів під загрозу зриву, особливо нині в умовах світової економічної кризи, недостатність додаткових джерел фінансування;
- брак чітких критеріїв та прозорих механізмів визначення необхідності державної підтримки мистецьких фестивалів та конкурсів;
- відсутність стимуляції пошуку позабюджетних форм фінансування;
- занепад національного нотодруку;
- неналагодженість сучасної індустрії аудіозапису.

В українських законах ще не знайшли належного відображення такі принципи оподаткування, які б створили економічні стимули для участі комерційного сектора у формуванні бюджету культурних проєктів. Хоча податковий режим та правова база вже частково опрацьовані, і Українська держава поступово починає включатися в процес позабюджетної підтримки культури: розвиваються спеціальні урядові, регіональні та місцеві програми, проводяться конкурси та гранти Президента й Міністерства культури і туризму.

Таким чином, міжнародні конкурси та фестивалі є надійним засобом поглиблення міжнародного культурного співробітництва, відіграють значну роль у формуванні позитивного міжнародного іміджу України та її культури, сприяють інтеграції української культури до європейського та світового культурного простору при збереженні власної культурної ідентичності.

ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ THE TRAVEL & TOURISM INDUSTRY

Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг. Формування туристичного ринку є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги.

Туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Туризм – це тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без заняття оплачуваною діяльністю.

Турист (мандрівник) – особа, яка здійснює подорож у ту чи іншу країну з будь-якою, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до шести місяців, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін.

Туристичний оператор (туроператор) – це суб'єкт підприємництва, який здійснює діяльність з формування, просування і реалізації туристичного продукту (комплексу туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туристів).

Туристичний агент (турагент) – суб'єкт підприємництва, котрий здійснює діяльність з просування і реалізації безпосередньо туристам туристичного продукту, сформованого туроператором, а також надає послуги з розміщення, харчування, перевезення, екскурсійного, інформаційного та іншого обслуговування, необхідного для реалізації туристичного продукту туроператора.

Керівник туристичної групи – особа, яка є представником суб'єкта туристичної діяльності і виступає від його імені, супроводжує туристів, забезпечує виконання умов договору про надання туристичних послуг, володіє фаховими знаннями про країну (місцевість) перебування, і, як правило, – мовою країни перебування або загальнозрозумілою там мовою.

Гід (екскурсовод) – особа, яка володіє інформацією про країну (місцевість) перебування, визначні місця, об'єкти показу, а також мовою цієї країни чи мовою іноземних туристів, яких приймають, або загальнозрозумілою для них мовою, надає екскурсійно-інформаційні, організаційні послуги

та кваліфіковану допомогу учасникам туру в межах договору про надання туристичних послуг.

Міжнародний туризм – це туризм в іншу країну, тобто іноземний туризм. Він поділяється на виїзний і в'їзний. Виїзний туризм – це подорож осіб, що постійно проживають в Україні, в іншу країну. В'їзний туризм – це подорож в межах України осіб, що не проживають постійно в Україні.

Види міжнародного туризму класифікуються в залежності від мети поїздки, термінів, засобів пересування і розміщення, вартості поїздки, вікового складу, сезону та інших ознак. В залежності від цих критеріїв туризм поділяється на декілька видів.

За метою поїздки – рекреаційний, пізнавальний, науковий, діловий.

Рекреаційний туризм – це туризм з метою відпочинку, оздоровлення і лікування.

Пізнавальний або культурний туризм – це подорож з метою ознайомлення з історико-культурними цінностями й унікальними природними об'єктами.

Науковий туризм – це знайомство з досягненнями науки й техніки, промисловості, сільського господарства, участь в конгресах, симпозіумах, наукових семінарах і т.п.

Діловий туризм – поїздки з метою встановлення ділових контактів, проведення ділових переговорів.

What is Travel and Tourism?

Tourism is the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes.

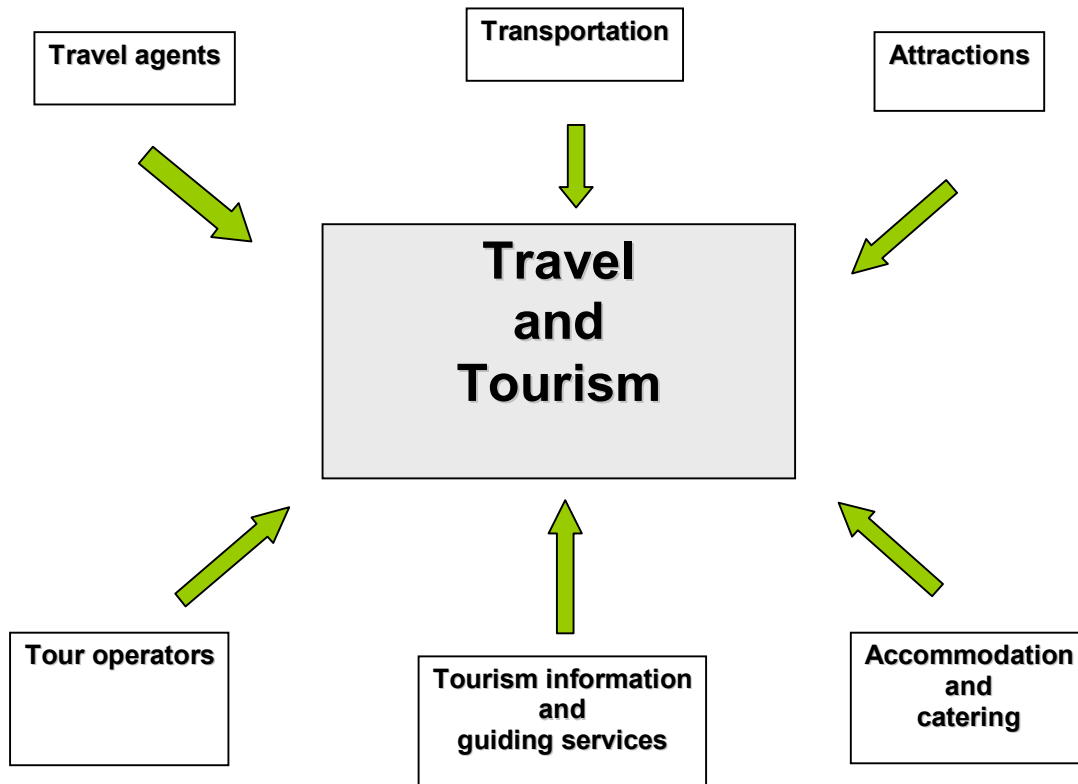
The people, who are considered to be 'tourists', are those who are:

- away from their normal place of residence for a period of up to one year (but will return home);
- taking part in activities that would normally be associated with leisure and tourism;
- on a visit that is temporary and short term;
- not necessarily away from home overnight as they could be on a day trip or excursion;
- away from home but not necessarily on holiday, as they could be away on business.

Travel & tourism does not necessarily involve traveling abroad. Much tourism takes place within people's home country. The following table summarizes the range of reasons for traveling (see Figure 1).

There are three main types of tourism: domestic tourism, incoming or inbound tourism and outbound tourism.

FIGURE 1



Domestic tourism

This is when people take holidays, short breaks and day trips in their own country. Examples would be:

- a couple taking a weekend break in their own country;
- the supporters of a football team going to an away game featuring their local team;
- a family visiting relations in another part of the country, even if they live only a few miles away.

Incoming/inbound tourism

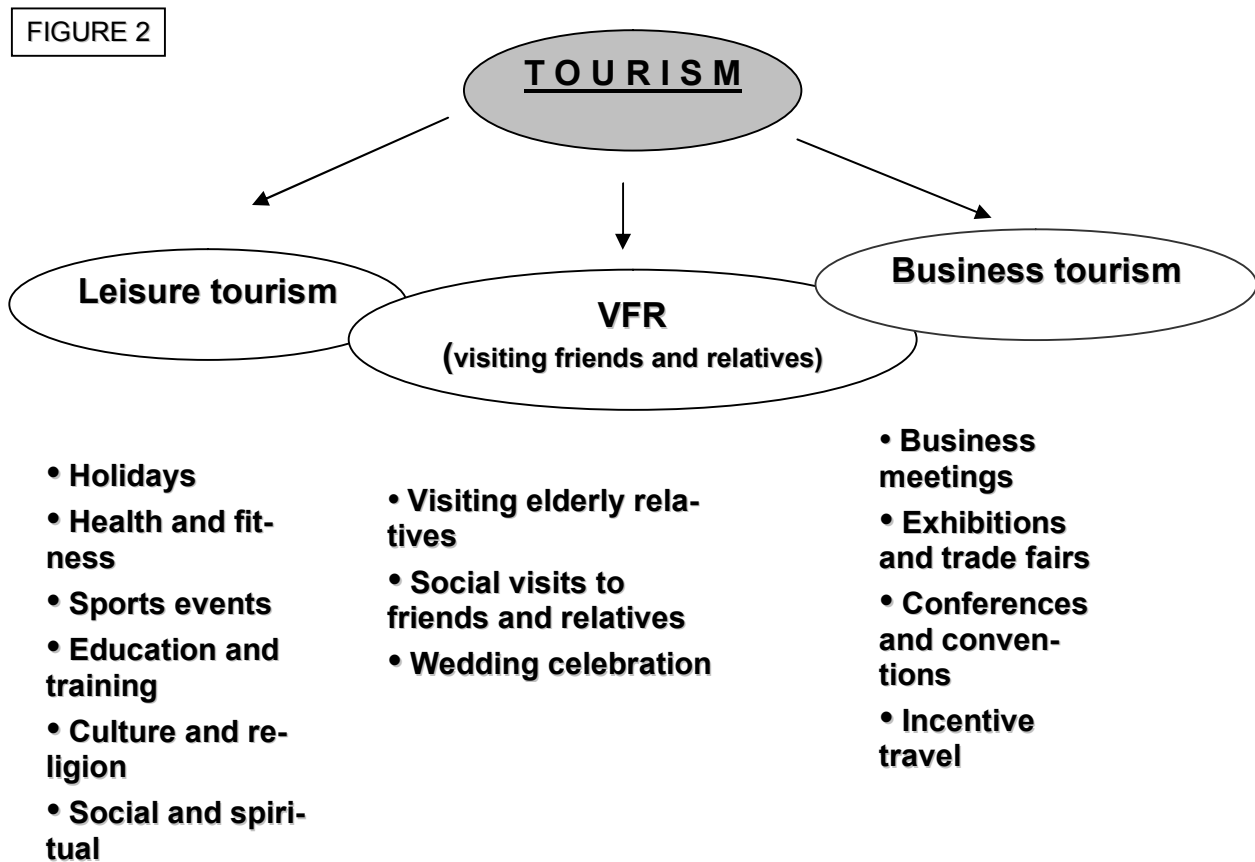
This describes people entering the country from their home country, so it is a type of international tourism.

Outbound tourism

This term applies when people travel away from their home country to visit other international countries for leisure or business.

In order to assist people with their travel arrangements, there are specialist travel service providers. These include travel agencies who retail travel products direct to the individual or groups and business travel agencies who specialise in providing travel for the business customer or promoting conference trade. Tour operators provide a package for the individual and principals provide the basic services required by the travel and tourism industry.

It is possible to divide the components of the travel and tourism industry into six key areas (see Figure 2).



Travel agents provide a customer with advice & professional guidance on the choice of a holiday or to purchase travel products. The main aims of travel agents are:

- to sell holidays and associated products like insurance, car hire and currency exchange;
- to provide information;
- to advise clients.
- A tour operator puts together holiday packages which consist of:
 - travel (road, rail, sea, air)
 - accommodation (hotels, guesthouses, self catering villas or apartments)
 - travel services (transfers to and from the destination airport, car hire, excursions).

Travel Organization.

A tourist's choice of transport would depend on:

- price
- destination
- time – how much is available
- reason – visiting family or friends, business or leisure

- departure points – how easy it is to get there
- convenience

Accommodation is divided into two basic categories: serviced accommodation (where meals are provided such as in hotels and guesthouses) and self-catering accommodation (such as cottages, chalets and apartments where the occupants provide their own food). Tourists can also reserve accommodation on different terms such as:

- bed and breakfast (where the price only includes the provision of bed and breakfast which may be cooked, buffet style or continental);
- half board (with bed, breakfast and either lunch or evening meal included in the price);
- full board (where accommodation and all meals are provided);
- all-inclusive (which includes accommodation, all meals, snacks and beverages for the period of the stay).

Tourists are generally classified according to the duration and purpose of their journey. If tourists are away from home for a day or less and do not need accommodation they are classified as day trippers. If the stay includes accommodation then they may be classified by their length of stay, such as one night or more. Length of stay statistics are often grouped into stays of one night, of between two and four nights, a week, two weeks, one month, and so on. Also visitors may be classified as to whether they are touring for business or leisure purposes. The provision of tourist guiding services may come in the form of guides or tour directors who accompany groups of tourists round an attraction or on a specific tour provided by an operator (such as a coach tour). They are selected because of their knowledge of the specific area and also their ability to organize and manage people, so their skills must include good communication and administration.

Social and Cultural Impacts of Tourism

Tourism may have many different effects on the social and cultural aspects of life in a particular region or area, depending on the cultural and religious strengths of that region. The interaction between tourists and the host community can be one of the factors that may affect a community as tourists may not be sensitive to local customs, traditions and standards. The effect can be positive or negative on the host community.

Tourism may have positive impacts on an area:

- local community can mix with people from diverse backgrounds with different lifestyles which through ‘demonstration effect’ may lead to the development of improved lifestyles and practices from the tourists’ examples;
- there can be an improvement in local life through better local facilities and infrastructure (developed to sustain tourism) which could lead to better education, health care, employment opportunities and income;

- more cultural and social events available for local people such as entertainment, exhibitions etc.
- improved sports and leisure facilities created for the tourists which local people may use, particularly out of the tourist season;
- conservation of the local cultural heritage of an area and rebirth of its crafts, architectural traditions and ancestral heritage;
- urban areas which may be in decline can be revived and the movement of people from rural areas to urban areas for employment may be reversed as jobs will be available in the tourism industry;
- increase in youth exchange programs, village tourism, home swap programs and voluntary work overseas.

However, tourism may have negative effects on an area, such as:

- the infrastructure (roads, railways, health care provision) may not be able to cope with the greater numbers created by tourism;
- poor sanitation may lead to diseases for both tourists and local population;
- local population's activities and lifestyles may suffer intrusion from tourists leading to resentment towards tourists;
- the local population may copy lifestyles of tourists through the 'demonstration effect' and the result could be a loss to local customs and traditions as well as standards of behavior;
- there could be a loss of native languages and traditions leading to the area losing some of its original appeal;
- increased crime could develop through a decline in moral and religious values, leading to greed and jealousy of wealthier visitors;
- traditional industries may be lost and local goods substituted by imported and mass-produced goods which lack authenticity but appeal to a mass market;
- tourists may act in an anti-social manner which could cause offence to the local population.
- tourists may be unprepared for social contact and interaction with the host community;
- there may be language barriers between the tourist and the host community which may create communication problems.

ЦЕРКВА СВЯТОГО МИКОЛАЯ В ТУРЕЧЧИНІ THE CHURCH OF SAINT NICHOLAS IN TURKEY



Святий Миколай Чудотворець – єпископ ранньої Христової Церкви. З його іменем пов'язано чимало чудес: зцілення і допомога, вчинені не раз навіть на відстані, його великодушність і співчуття до бідних. Навіть його мощі стали джерелом багатьох чудес через молитви віруючих. Святий Миколай помер у четвертому столітті, але ще й дотепер з його мощів точиться цілюще, благодатне миро.

Усі ми звикли до канонічного святого Миколая – схожого на Діда Мороза бороданя з торбою подарунків.

Але насправді це реальна історична постать, яка стала прототипом не лише Діда Мороза, а й Санта Клауса. У процесі трансформації в цих новорічних персонажів образ Миколая-Чудотворця зазнав суттєвих змін – у зовнішності, професійній діяльності, місці проживання... Однак суть залишилася незмінною – велика турбота про людей, обов'язкові різдвяні подарунки, а головне – здатність творити чудеса! Яким був справжній Миколай, де і як жив, як насправді виглядав – ми спробували дізнатися, відвідавши його історичну батьківщину.

Святий Миколай народився у IV столітті нашої ери на території сучасної Туреччини. Він був єпископом стародавнього міста Міра, яке від моменту створення Турецької Республіки 1923 року отримало назву Демре. Його батьки були дуже багатими і глибоко віруючими людьми. Вони охрестили Миколая відразу після його народження, що було на той час великою рідкістю. Властиво, виховання малого Миколая зводилось до усвідомлення єдиної істини: немає більш страшнішого, більш жахливішого нещастя, ніж гріх. В дусі такого виховання майбутній Чудотворець ще з дитинства полюбив Церкву, а вже з шести років став читати священні книги, перш за все Біблію. Лесть досягнувши повноліття, святий Миколай втратив своїх батьків, які залишили йому великий спадок. Він усвідомлював, що це багатство повинне бути використане на славу Богові і поміч людям. Він активно роздавав своє майно, а в Різдвяну ніч непомітно підкидав подарунки до осель бідняків. Звісно, одягався для цієї благородної роботи "по-камуфляжному" – довгий чорний плащ із капюшоном, а на плечах – мішок із подарунками. Довгі роки мешканці Міри не здогадувалися, хто ця загадкова людина, яка допомагає бідним і сиротам. Згодом придумали для себе образ милого білобородого дідка в червоно-білому

вбранні, на возі, до якого впряжені олені. Він щозими спускається з гори Бейдаалари та допомагає мешканцям Міри. Роками святому Миколаєві вдавалося зберігати свою таємницю, але одного разу за "подарунковим заняттям" його впіймали стражники, які впізнали міського єпископа. Так таємницю розкрили. Після страждань, переслідувань та неволі (був звільнений новим імператором Костянтином), Миколай помер у 352 р. Поховали святого Миколая в церкві, що збереглася донині. Його мощі зберігалися в Мірі протягом семи сторіч, доки якісь італійські торговці не відправили в Міру експедицію з трьох кораблів і 62 чоловіків, та хитрістю, вивезли його останки. Вони були покладені в церкві італійського міста Барі, що на Адріатичному морі, 9 травня, 1087, де зберігаються до цього дня.

Про святого Миколая дуже багато написано, він є улюбленим святим багатьох людей на Землі. Пояснюється це тим, що Бог обдарував його дарами зцілення і чудес, якими він рятував багатьох в тяжких ситуаціях. Історії про чудеса, які вчинив святий Миколай, поширювалися по всьому світу. Одні події з життя Святого стали легендами, інші залишилися у пам'яті як реальні випадки. Багато традицій пов'язують зі Святим Миколаєм як з особливим покровителем дівчат, дітей, дослідників, торговців та моряків, які звертаються до нього і в наші дні. Наприклад, одна з історій розповідає, як Миколай під час плавання до Святої Землі на прохання прочан, які впали у відчай через шторм, молитвою заспокоїв розбурхане море і зцілив моряка. Інша оповідь згадує, як єпископ Миколай прийшов на лобне місце і врятував трьох невинно засуджених за мить до страти. Цю історію продовжує свідчення трьох римських чиновників. Вони були помилково обвинувачені і молилися до Святого Миколая про спасіння. Тоді Чудотворець прийшов уві сні до імператора Костянтина і застеріг його від судової помилки. Миколай був також відомий як захисник дітей. Існує безліч версій одного випадку, коли Святий воскресив трьох убитих дітей. Одного разу він врятував викраденого сільського хлопчика, якого намагалися вивести на острів Крит. Існує легенда, яка пов'язує Святого Миколая з традицією дарувати непомітно подарунки. Жив якимось в Патана дворянин з трьома дочками. І був він надто бідний, щоб забезпечити їх приданим для заміжжя. Він перебував від цього майже на межі того, щоб залишити їх на грішне життя, коли Миколай почув про його проблему. У ту ніч він взяв гаманець золота і вкинув його у відкрите вікно. Дворянин скористався цим наступного дня для придбання приданого. Те ж було зроблено з другим гаманцем, якого було знайдено наступної ночі. З бажанням побачити свого добродійника, дворянин в третю ніч слідкував і впіймав Миколая на гарячому. Миколай попросив дворянина бути великодушним і його не викривати. З тих пір Святий Миколай пов'язується з традицією дарування подарунків. Згодом його три гаманці золота стали використовувати як символічне позначення у вигляді трьох золотих куль —

відзнака тих, хто дає гроші в борг – лихварів, ломбардів і т.п. В Україні перша згадка про Святого Миколая пов'язана з 882 роком часів Руського Князя Ігоря, коли на одному із київських гербів було вказано Святого Миколая. Кажуть, що коли Святий Володимир, Князь Русі-України у 988 проголосив у своєму князівстві Християнську релігію, він отримав особливе благословення від ікони Святого Миколая. Коли він відвідував Константинополь то бачив і був вражений поклонінню Святому могутнього Візантійського Імператора. Зараз Ікони Святого Миколая на іконостасі українських церков зазвичай розміщують зліва. Оскільки українці переважно звертаються до ікони Святого Ніколая, або Святого Миколая, Запорізькі козаки часто брали їх на свої "чайки" у якості талісмана, відправляючись у віроломне Чорне море. Гуцули, гірці західної України на честь святих називали чотири сезони року. Зима, яку звать Святий Микола, Весна названа Святим Георгієм, Літо – Святим Петром і Осінь – Святим Дмитрієм. Зі Святим Миколаєм дарування подарунка пов'язується в Україні менш ніж півтора сторіччя. Дерево Різдва, від початку – німецька традиція, відразу прийшло в Україну, через Австрійський вплив, близько 1840 року. Святий Миколай – це зараз незмінна частина Різдва, сезон миру і великодушності серед усіх народів. Отже відповідно, елементи наших святкувань Різдва прийшли від багатьох націй. Хоча український Святий Миколай носить плаття архієрея, американський Санта Клаус – це веселий хлопець в білому, отороченому хутром червоному одязі, а російський Дід Мороз – це добрий старий зі своєю неодмінною супутницею Снігуркою, у всіх них є серце, яке перший удар зробило у давньому шістнадцятому сторіччі в Мірі. Великодушний дух Миколая, Архієрея Мура, живий до сьогодні. Святий Миколай – найпопулярніший святий в українській церкві після Святого Володимира. Це підтверджується тим, що названих на честь Святого Миколая церков, більше, ніж на честь будь-якого іншого святого. Деякі дослідники вірять, що причиною цього є велика популярність Святого, який у Середньовіччя користувався Любов'ю в Київській Русь-Україні, відкіля його популярність розповсюдилася на Західну Європу, і особливо до Бельгії та Голандії. За останні 200 років, пов'язані з Різдом традиції розросталися разом з важливістю цього зимового свята, що завершує рік, і Святий Миколай став їх невід'ємною частиною. Особливий внесок зроблено голландськими поселенцями, які перенесли звичай Святого Миколая через океан до Нью-Йорка. Святий білобородий Миколай в костюмі архієрея, червоного кольору, був перетворений на Діда Мороза в Сполучених штатах і Канаді, і, кінець кінцем, традиція повторно перетнула океан до Англії.

The Church of Saint Nicholas in Myra

The veneration with which this saint has been honored in both East and West, the number of altars and churches erected in his memory, and the

countless stories associated with his name all bear witness to something extraordinary about him. Yet the one fact concerning the life of Nicholas of which we can be absolutely certain is that he was bishop of Myra in the fourth century. According to tradition, he was born at Patara, Lycia, a province of southern Asia Minor where St. Paul had planted the faith. Myra, the capital, was the seat of a bishopric founded by St. Nicander. The accounts of Nicholas given us by the Greek Church all say that he was imprisoned in the reign of Diocletian, whose persecutions, while they lasted, were waged with great severity. Some twenty years after this he appeared at the Council of Nicaea, to join in the condemnation of Arianism. We are also informed that he died at Myra and was buried in his cathedral. Such a wealth of literature has accumulated around Nicholas that we are justified in giving a brief account of some of the popular traditions, which in the main date from medieval times. St. Methodius, patriarch of Constantinople towards the middle of the ninth century, wrote a life of the saint in which he declares that "up to the present the life of the distinguished shepherd has been unknown to the majority of the faithful." Nearly five hundred years had passed since the death of the good St. Nicholas, and Methodius' account, therefore, had to be based more on legend than actual fact.

He was very well brought up, we are told, by pious and virtuous parents, who set him to studying the sacred books at the age of five. His parents died while he was still young, leaving him with a comfortable fortune, which he resolved to use for works of charity. Soon an opportunity came. A citizen of Patara had lost all his money and his three daughters could not find husbands because of their poverty. In despair their wretched father was about to commit them to a life of shame. When Nicholas heard of this, he took a bag of gold and at night tossed it through an open window of the man's house. Here was a dowry for the eldest girl, and she was quickly married. Nicholas did the same for the second and then for the third daughter. On the last occasion the father was watching by the window, and overwhelmed his young benefactor with gratitude.

It happened that Nicholas was in the city of Myra when the clergy and people were meeting together to elect a new bishop, and God directed them to choose him. This was at the time of Diocletian's persecutions at the beginning of the fourth century. The Greek writers go on to say that now, as leader, "the divine Nicholas was seized by the magistrates, tortured, then chained and thrown into prison with other Christians. But when the great and religious Constantine, chosen by God, assumed the imperial diadem of the Romans, the prisoners were released from their bonds and with them the illustrious Nicholas." St. Methodius adds that "thanks to the teaching of St. Nicholas, the metropolis of Myra alone was untouched by the filth of the Arian heresy, which it firmly rejected as a death-dealing poison." He does not speak of Nicholas' presence at the Council of Nicaea, but according to other traditions he was not

only there but went so far in his indignation as to slap the arch-heretic Arius in the face! At this, they say, he was deprived of his Episcopal insignia and imprisoned, but Our Lord and His Mother appeared and restored to him both his liberty and his office. Nicholas also took strong measures against paganism. He tore down many temples, among them one to the Greek goddess Artemis, which was the chief pagan shrine of the district.

Nicholas was also the guardian of his people in temporal affairs. The governor had been bribed to condemn three innocent men to death. On the day fixed for their execution Nicholas stayed the hand of the executioner and released them. Then he turned to the governor and reproved him so sternly that he repented. There happened to be present that day three imperial officers, Nepotian, Ursus, and Herpylion, on their way to duty in Phrygia. Later, after their return, they were imprisoned on false charges of treason by the prefect and an order was procured from the Emperor Constantine for their death. In their extremity they remembered the bishop of Myra's passion for justice and prayed to God for his intercession. That night Nicholas appeared to Constantine in a dream, ordering him to release the three innocent officers. The prefect had the same dream, and in the morning the two men compared their dreams, and then questioned the accused officers. On learning that they had prayed for the intervention of Nicholas, Constantine freed them and sent them to the bishop with a letter asking him to pray for the peace of the world. In the West the story took on more and more fantastic forms; in one version the three officers eventually became three boys murdered by an innkeeper and put into a brine tub from which Nicholas rescued them and restored them to life.

The traditions all agree that Nicholas was buried in his Episcopal city of Myra. By the time of Justinian, some two centuries later, his feast was celebrated and there was a church built over his tomb. The ruins of this domed basilica, which stood in the plain where the city was built, were excavated in the nineteenth century. The tremendous popularity of the saint is indicated by an anonymous writer of the tenth century who declares: "The West as well as the East acclaims and glorifies him. Wherever there are people, in the country and the town, in the villages, in the isles, in the farthest parts of the earth, his name is revered and churches are erected in his honor." In 1034 Myra was taken by the Saracens. Several Italian cities made plans to get possession of the relics of the famous Nicholas. The citizens of Bari finally in 1087 carried them off from the lawful Greek custodians and their Moslem masters. A new church was quickly built at Bari and Pope Urban II was present at the enshrining of the relics. Devotion to St. Nicholas now increased and many miracles were attributed to his intercession.

The image of St. Nicholas appeared often on Byzantine seals. Artists painted him usually with the three boys in a tub or else tossing a bag of gold through a window. In the West he has often been invoked by prisoners and in

the East by sailors. One legend has it that during his life-time he appeared off the coast of Lycia to some storm-tossed mariners who invoked his aid, and he brought them safely to port. Sailors in the Aegean and Ionian seas had their "star of St. Nicholas" and wished one another safe voyages with the words, "May St. Nicholas hold the tiller".

From the legend of the three boys may have come the tradition of his love for children, celebrated in both secular and religious observances. In many places there was once a year a ceremonious installation of a "boy bishop." In Germany, Switzerland, and the Netherlands gifts were bestowed on children at Christmas time in St. Nicholas' name. The Dutch Protestant settlers of New Amsterdam made the custom popular on this side of the Atlantic. The Eastern saint was converted into a Nordic magician (Saint Nicholas—Sint Klaes—Santa Claus). His popularity was greatest of all in Ukraine, where he and St. Andrew were joint national patrons. There was not a church that did not have some sort of shrine in honor of St. Nicholas and the Ukrainian Orthodox Church observes even the feast of the translation of his relics. So many Ukrainian pilgrims came to Bari in Czarist times that the Russian government maintained a church, a hospital, and a hospice there. St. Nicholas is also patron of Greece, Apulia, Sicily, and Lorraine, of many cities and dioceses. At Rome the basilica of St. Nicholas was founded as early as the end of the sixth or the beginning of the seventh century. In the later Middle Ages four hundred churches were dedicated to him in England alone. St. Nicholas' emblems are children, a mitre, a vessel.

Майсон Катерина (МЗКД – 59)

Науковий керівник:

Мостова Н. В., старший викладач

МОДЕРНІЗАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

У сучасній Україні поле інтеграційних процесів, перш за все, "визначається в загальному контексті Європейської інтеграції з орієнтацією на фундаментальні соціальні цінності західної культури: парламентаризм, права людини, права національних меншин, лібералізацію, свободу отримання освіти будь-якого рівня та інше, що є невід'ємним атрибутом громадянського демократичного суспільства".

Мета та завдання статті – виявити загальні чинники модернізації вищої освіти України. Згідно з метою реалізації стратегічного курсу України на інтеграцію до Європейського Союзу затверджена і стратегія відповідної інтеграції України до культурно-освітнього і науково-технічного простору. Як провідна галузь, вища освіта в Україні тісно пов'язана з Бо-

лонським процесом, що розглядається у всьому цивілізованому світі як ідеологічний (політичний) засіб інтеграції і демократизації вищої освіти на основі її модернізації. При цьому "Національна доктрина розвитку освіти України" проголосила підготовку педагогічних працівників та їх професійне вдосконалення важливою умовою модернізації освіти. Таким чином, під "Болонським процесом" в останні роки прийнято називати діяльність Європейських країн, яка спрямована, згідно основного змісту Болонської декларації, прийнятої 19 червня 1999 року, на розвиток і набуття нових якісних ознак вищою освітою тих країн, що інтегровані в Європу. При цьому вказаний процес не означає втрату кращих традицій, пов'язаних з національними досягненнями окремих країн в галузі вищої освіти. Набуття нових якісних ознак вищою освітою відповідає ідеї її модернізації.

Актуальність проблеми модернізації, зокрема вищої, обумовлена багатьма чинниками. Згідно з діалектичним підходом, всю сукупність таких чинників можна поділити на групи: загальні, що діють в усьому світі; специфічні, наявні в різних групах країн; особливі, що в окремій країні. Загальними чинниками, на наш погляд, є: безпрецедентна інформаціологізація світового співтовариства у XXI столітті; власне поглиблення тенденції модернізації освіти в інформаційному суспільстві; загострення основної суперечливості між обсягом інформації, продиктованої суспільством, і можливістю її засвоєння традиційними методами; особливістю сучасної науки є те, що головними принципами наукового дослідження стають інтеграція та системний підхід. Вказані загальні чинники, на наш погляд, детерміновані, перш за все, інформаціологічною парадигмою розвитку сучасного суспільства.

Інформаціологізація світового співтовариства знаменує собою перехід людства від індустріального до інформаційного суспільства. Сучасне людство пов'язує з інформаціологізацією значні очікування. Інформаційне суспільство відкриває можливість зв'язати майже кожного з кожним та забезпечити доступ до інформаційних ресурсів людської цивілізації будь-якому мешканцю Землі, що забезпечує розв'язання багатьох глобальних проблем людства (економічних, політичних, екологічних, соціальних, психологічних). Інформаційне суспільство буквально "заряджене" на широку інтеграцію процесів освіти – виховання, навчання та розвитку, коли ключовим фактором вказаної інтеграції стає ефективний доступ до освіти – безперервне навчання. Для багатьох суб'єктів Болонської системи реальністю стає розгортання масової системи якісного навчання на відстані та освіти, не обмеженої ні віковими рамками, ні фізичним станом.

Таким чином, можна констатувати, що сучасне суспільство – це інформаційне суспільство інформаційних технологій – це глобально інтегроване суспільство, в якому обмін інформацією не має ані часових, ані просторових, ані політичних меж, а обробкою інформації зайнято більше

людей, ніж обробкою сировини та матеріалів. Даний висновок закріплено Доктриною Інформаційного розвитку людства у XXI столітті. У дійсній Доктрині вперше у світовій соціально-економічній, політичній та навчально-науковій теорії і практиці викладені основні принципи безальтернативного інформаціологічного розвитку людства у третьому тисячолітті. Аналіз вказаного документу щодо освіти свідчить:

- інформаціологізація базується на інформаціологізації, яка завершує процес диференціації та розмежування світового педагогічного простору та виступає як нова парадигма його інтеграції;

- інформаціологізація, будучи фундаментально генералізаційно-єдиною наукою, основною багатофункціональною наукою, вивчаючи всі стани, процеси і явища в живій і неживій природі та Всесвіті в цілому, забезпечує інтеграцію наукового теоретичного та емпіричного пізнання;

- інформаціологічний підхід до пізнання вимагає інформаціологічного підходу до освіти у рамках загальної теорії інтеграції освіти, що, в свою чергу, пов'язано з тенденцією модернізації освіти в інформаційному суспільстві;

- накопичення інформації у XX столітті потребує певного узагальнення в навчальному процесі з суттєвими змінами в самій подачі фактологічної інформації, при тому, що остання водночас зберігає значення як предметно-об'єктивний світ (вона необхідна не лише для теорії, але й сама по собі);

- виникає проблема інформаційного збереження та труднощів у розв'язанні задачі збереження якості навчання без утрати знань, котра поки ще не розв'язана (ми лише, по суті, множимо інформаційні блоки, підсистеми, модулі у навчальному процесі, йдучи слідом за новими галузями науки у створенні спецкурсів і нових дисциплін, пропонуючи студентам "варіативний" вибір);

- суперечності між новим знанням і нормативним у навчальному процесі посилюються з часом, бо на певний консерватизм нормативу і самого способу викладання накладаються особливості нового знання, що радикально впливає на загальну теорію, або ж докорінно змінює уявлення людства про процеси, явища Універсалу, як, наприклад, теорія відносності;

- необхідність зняття суперечності між новим та нормативним знаннями підсилює роль теорії та методології науки у навчанні, фундаментальності знання, відбору його змісту і методів, різко підвищує вимоги до рівня викладання дисциплін у навчальному закладі, а також до мотивації здобуття вищої освіти, тобто, кінцевої мети навчання (перспективи кар'єрного та духовного росту).

Отже, інформаціологізація освіти пред'являє низку обов'язкових вимог до процесу підготовки спеціалістів у вищій школі, так і до професійно-особистісних якостей самого спеціаліста. Процес підготовки сучасного спеціаліста у ВНЗ має забезпечуватися традиційною діяльністю, яка являє собою активність суб'єкта вищої освіти, спрямована на створення та ви-

користання інформаційних технологій. Під інформаційною технологією в цьому випадку розуміється системно організована для розв'язання професійних задач сукупність методів та засобів реалізації операцій збору, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки та захисту інформації. Інформаційна діяльність майбутнього спеціаліста формує в нього різні види компетентності, що включають поєднання специфічних професійних знань, умінь, якостей особистості та інформаційну культуру. На наш погляд, саме інформаційна культура особистості педагога є піком його готовності до здійснення ефективної професійної діяльності в умовах модернізації інтегрованої освіти. Це твердження є наслідком розуміння інформаційної культури педагога, як складної системної якості його особистості, що уявляє собою упорядковану сукупність гуманістичних ідей, ціннісно-смыслових орієнтацій, власних позицій та властивостей особистості, яка проявляється в реалізації універсальних способів пізнання, взаємодії, взаємовідносин, діяльності в інформаційному педагогічному середовищі та визначає цілісну готовність професіонала-педагога до освоєння сучасного освітнього простору на інформаційно-технологічній основі. Таким чином, під інформаційною культурою педагога розуміється прояв інформаційної культури особистості в аспекті педагогічної діяльності та системи професійних якостей. Проблема модернізації освіти має стадії своєї зрілості: відмінність – проблемність – конфлікт. Це означає, що характер педагогічної проблеми, що зароджується, залежить від характеру єдності протилежностей, що створюють її зміст. Головне освітянське протиріччя пов'язане з так званою "кризою освіти", що почалася, за твердженням Кумбуса, з кінця 40-х років XX століття й триває донині, набувши планетарного масштабу. Так, наприклад, доповідь, підготовлена у 1994 році спеціальною групою міжнародних експертів Світового банку на чолі з А. Гамільтоном та А. Верснуром, містила окремий розділ під назвою "Криза вищої освіти", в якому констатувалося те, що ця галузь в усьому світі перебуває у кризовому стані. Прояви цієї кризи мають власну специфіку на глобальному, національному та регіональному рівнях. Зауважимо, що під кризою розуміється, з одного боку небезпека існування певного феномена, а з іншого – можливість її уникнути. Уряди і народи цивілізованих країн саме так і поставилися до кризи вищої школи. Вона була сприйнята як сигнал до рішучого та негайного подолання, бо криза несе в собі загрозу існуванню не лише вищої освіти, а й загрозу національній безпеці. Остання обставина свідчить про визнання міжнародним співтовариством залежності усіх сфер національної безпеки від стану і перспектив розвитку освіти взагалі та вищої зокрема. Звідси слідує важливий в межах даного дослідження методологічний висновок: "Освіта, професійна підготовка і наукові дослідження не повинні розглядатися як відокремлені та ізольовані одна від іншої галузі, вони мають бути інтегровані одна в одну, а всі разом – у виробничу сферу. По-друге, проблема мо-

дернізації освіти в інформаційному полі передбачає її культорологізацію в широкому сенсі того поняття. Вказана тенденція обумовлена перш за все реаліями сучасної культури. Глобальна інтеграція процесів та явищ, що формує єдиний світ, єдиний інформаційний простір, пов'язана зі змінами в культурі, особливості якої визначаються системою функціональних цінностей та світоглядних орієнтирів, що регулюють людську життєдіяльність в рамках певного типу суспільства. Дана тенденція окреслює крайні межі освіти як особливої системи соціокультурної діяльності, здатної до внутрішньої інтеграції (самоорганізації) та до інтеграції з іншими формами культурного та суспільного життя. У зв'язку з вказаною якістю освіти, і перш за все педагогічна, адекватно реагує на всі зміни, пов'язані з загальними особливостями сучасного культурного простору. До таких основних особливостей, як показав проведений нами аналіз, слід віднести:

- розширення поля культури, що обумовлено проявом інформаційних рис традиційних культур (полікультурність, заміна монологу діалогом та полілогом, нова комунікація). Культурно-етнічне розмаїття людства адекватно відображається у феномені полікультурної освіти. Останнє пов'язане з вихованням у людини толерантності до інших культур та систем цінностей, з виробленням його соціальної та особистісної цілісності та співрозмірності з формуванням культурної компетентності особистості тощо;

- поліфункціональне розповсюдження трьох інформаційних технологій: мультимедіа, гіпертексту та комп'ютерної комунікації. Важливіші риси перших двох з вказаних технологій пов'язані з тим, що їх прищестя рівнозначне закінченню розподілу, навіть відмінності між аудіовізуальними засобами та печатними засобами масової інформації, загальнодоступною та високою культурою. Комп'ютерна комунікація формує віртуальні сітьові співтовариства, що сприяє взаємопроникненню культур, об'єднаних навколо загальної мети, інтересів, зміцнення культурно домінуючих соціальних зв'язків. З розвитком комп'ютерних комунікацій склалася така соціально-культурна ситуація, яка дозволяє людині побачити культуру в єдності різноманітності та сприйняти все краще, що здатні дати етнічна, національна та транснаціональна культури. Все це обумовлює освітню специфіку модернізації поля культури в умовах інформаційного суспільства, зміщує культуру в епіцентр сучасної освіти;

- невіддаленість процесу становлення та розвитку культури в інформаційному суспільстві від закономірностей філо- та онтогенезу. В так званій традиціоналістській культурі (культурі минулого), яка не змінювалась декілька століть, особистість сприймала певну структуру цінностей культури. Регулюючи орієнтації багатьох поколінь в інформаційному суспільстві протягом одного покоління, чергуються декілька культурних епох, коли під впливом інформації змінюється пріоритет цінностей в культурі. Разом з тим, перехід до нових ціннісних орієнтирів може здійснюватися

лише поступово. Такий перехід можливий в тому ступені та мірі, в якому нове покоління замінює старе. Вказана закономірність суб'єктивно підсилює зміни негативного характеру, що відбуваються в культурі інформаційного суспільства – комп'ютерна наркоманія, виникнення асоціальних субкультур віртуальних співтовариств, комп'ютерна злочинність тощо. Все це може призвести до хаотизації соціального життя і, як головний наслідок, до руйнівних тенденцій у культурі. У зв'язку з цим дієвим і майже одним механізмом регуляції поведінки людини стає її власна культура, що підсилює значення модернізації освіти.

Таким чином, модернізація освіти в культурологічному полі вимагає його розуміння як складного, багатогранного поняття, що відображає різні аспекти нелінійної взаємодії особистості, що формується, із суспільством в просторі культури, тобто взаємовплив трьох макросистем: особистість – культура – суспільство – в нових інформаційних умовах обумовлює відповідність освіти сучасному рівню розвитку суспільства і культури, його специфіці та особливостям, зміні інтересів, потреб, ціннісних установок особистості. Одна з тенденцій модернізації освіти в інформаційних умовах полягає в його фундаменталізації, що в загальному плані передбачає перетворення освіти на справжній фундамент теоретичної та практичної, матеріальної і духовної діяльності.

Фундаменталізація освіти, як показує відповідний аналіз, вимагає:

- знаходження системи інтегрованої освіти як соціального інституту "у зовнішньому існуванні", і розкриття його діяльності у соціальному організмі, тобто, простежити перетворення наявного буття, яке існує у специфічній освітянській формі і видозмінюється під впливом процесу спонтанного саморозгортання соціального світу на етапі становлення інформаційної цивілізації;

- кореляція освіти з високими темпами змін в системі наукових знань на основі принципів безперервності освіти, її відкритості та створення інтегрованого інформаційного освітнього середовища. Модернізація освіти інформаційного суспільства потребує необхідності її переходу до формування "Homo intelligentis".

Отже, об'єктивна природа сучасного інформаційного соціуму, що формується, така, що вимагає від освіти в якості її головної мети формування готовності особистості до життєдіяльності на інформаційній основі. Вказана вимога змінює роль особистості як головного джерела оновлення світу, розуміння людини як "мікрокосму".

СТАНОВИЩЕ УКРАЇНСЬКИХ ЖІНОК В ОСВІТЯНСЬКІЙ СФЕРІ

Освіта – основа інтелектуального, культурного, духовного, соціального, економічного розвитку суспільства і держави. Освіта в Україні ґрунтується на основах гуманізму, демократії, національної свідомості, взаємоповаги між націями і народностями. Громадяни України мають право на освіту в усіх навчальних закладах незалежно від статі, раси, національності, соціального стану.

Право на отримання освіти зафіксовано у Конституції України, Законі України "Про освіту", що відповідає вимогам Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок.

Традиційним для нашого суспільства є високий рівень освіти жіноцтва. Згідно статистичним даним, серед осіб віком від 15 років і вище, вищу або середню освіту в Україні мають 54,0% жінок і тільки 46,0% чоловіків. Серед осіб, які мають середню загальну та неповну середню освіту, більше чоловіків, а серед тих, хто має середню спеціальну, незакінчену вищу та вищу освіту переважають жінки. Продовжує зростати кількість жінок у складі студентів. У 2007/08 навчальному році у навчальних закладах III-IV рівня акредитації вони становили 54,6% (у 2000/01рр. – 52,6%). Активно жінки використовують можливість підвищити рівень своєї освіти вступаючи до аспірантури та докторантури. У 2008 р. жінки складали 57% загальної чисельності аспірантів та 48% докторантів.

В українському суспільстві має місце тенденція щодо орієнтації жінок на певне коло професій і пріоритет зберігається за освітянською сферою. Так, контингент студентів закладів освіти I –II рівня акредитації становить 72,8% жінок і 27,2% чоловіків; III-IV рівня акредитації, відповідно: 70,1% і 29,9%. Такий високий освітній ценз українських жінок зумовлює їхню високу професійну активність й значну питому вагу серед працівників з вищою освітою. Це особливо характерно для освітянської сфери, де жінки – шкільні вчителі і становлять майже 90% загальної кількості зайнятих, а у вищій школі цей показник наближається до 57-60%.

Попри високу зайнятість жінок професійною працею вони мало беруть участь в управлінні галуззю. Простежується тенденція: чим вище рівень управління, тим менше представлені в органах влади жінки. Зберігається також тенденція, коли у сфері освіти, де жінки становлять переважну більшість, вони займають посади на найнижчому або серед-

ньому рівні. Так, у школах та вузах серед керівного складу переважна більшість – чоловіки, так само, як і в органах управління освітою. Усі ректори державних вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації – чоловіки. Серед начальників управлінь освіти жінки становлять 7,4%, серед керівного складу Міністерства освіти і науки України (включаючи заступника Міністра, начальників і заступників начальників управлінь) – 23,5%.

Поступово "жіноча" сфера суспільного виробництва набуває статусу непопулярної. Статус професії визначається переважно фінансовим прибутком, що, відповідно, і корегує її престижність. Освітня сфера є бюджетною і в період кризи вона поставлена в умови виживання. Заробітна плата тут у 2,2-3,6 разів нижча, ніж у промисловій галузі.

Результати соціологічних опитувань доводять, що у суспільній свідомості робота вчителя, педагога втрачає привабливість. Так, в ієрархії престижності професій серед підлітків займають: юрист (65%), бізнесмен (56%), політик (38%). Привабливою і перспективною роботу вчителя вважають тільки 1,9% осіб.

Закриття шкіл, дитячих садків, скорочення кількості викладачів у ВОЗ, взагалі проблема інфляції освіти особливо боляче торкнулись саме освітня сфера. За даними Українського інституту соціальних досліджень лише 28% випускників педагогічних вузів України планують працювати за обраною спеціальністю. Цей факт сприймається не стільки як небажання, скільки як неможливість забезпечити навіть власне виживання, не кажучи вже про утримання родини, працюючи на посаді викладача у школі будь-якого рівня.

Враховуючи все вищезазначене, можна стверджувати, що кардинальна реформа освітньої сфери в Україні не може бути реалізованою без створення ефективного механізму соціального захисту жінок, до якого мають входити наступні організаційні моменти:

- створення системи стимулів і соціальних гарантій, які б забезпечували творчу працю й навчання молоді, підтримували б престиж педагогічної професії;

- створення системи стимулів для інноваційної діяльності педагогів як найбільш адекватної форми саморозвитку освітніх закладів;

- з метою забезпечення зайнятості випускників вузів доцільне встановлення надбавок до заробітної плати, пільгове оподаткування для установ, які беруть на роботу випускників;

- розробка правових гарантій та спеціальної системи індивідуальних контрактів, кредитів страхування на час навчання для жіноцтва з метою їх моральної й матеріальної підтримки, збереження їхнього статусу в складі інтелектуального потенціалу українського суспільства.

Науменко Марина (СК – 509/дм)

Науковий керівник:

Ільюшина Е.Я.,

кандидат соціологічних наук, доцент

ПОСТМОДЕРНІСТСЬКИЙ ПІДХІД В СОЦІОЛОГІЇ ЩОДО РОЗУМІННЯ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

Способи життя й соціальні інституції, властиві для сучасного світу, радикально відрізняються від тих, що існували в нещодавньому минулому. Соціальні зміни набули досі небаченої стрімкості. Західні розвинуті суспільства, за твердженнями теоретиків постіндустріалізму і постмодернізму, увійшли у нову еру – еру інформаційного суспільства, що призвело до появи нових підходів в соціології до вивчення суспільних явищ та процесів. Одним з таких напрямків є постмодернізм.

Представники постмодернізму розглядають історію людства як таку, що можна поділити на 3 етапи – домодерний, модерний і постмодерний. Історично період постмодерну охоплює перехід від Нового (modern) часу до сучасності (postmodern) і виступає опонентом філософських і культурних цінностей, які склалися у рамках раціонального менталітету XVIII століття [6].

Стрижневою ідеєю міркувань представників постмодернізму є те, що цивілізація рухається від стадії модерну до стадії постмодерну, отже новий тип суспільства, нова соціальна тотальність потребують нових теоретичних підходів – інтегративних, міждисциплінарних (насамперед у філософії, соціології, теорії культури). Що ж до власне соціології, то наголошується на необхідності відходу від орієнтації на певну єдину загальну теорію (своєрідний метадискурс) і зосередженні уваги на інтеграції спеціалізованих, локальних теорій, які набули поширення у 90-х р.р. XX ст.

Якщо в межах традиційної позитивістської соціології суспільство розглядалось як система, а світ як цілісність, то теоретики постмодернізму вже не розглядають суспільство як цілісність, адже, на їх думку, на сьогодні не існує єдиної системи суспільних норм і цінностей, яка в соціології визначається як домінуюча культура. Підвалинами сучасного світу, на думку постмодерністів, є несхожість, розмаїття і саме це слід досліджувати. Саме тому визначною рисою постмодерністського концептуального підходу є еkleктизм, обстоювання рівноправності різних уподобань, стилів мислення, плюралізм естетичних стандартів, толерантність у царині мистецьких смаків і поведінки, заперечення поділу на "високу" і "низьку" культуру тощо. Вони обстоюють також автономізацію культурної сфери від економічної та ідеологічної, кожна з цих сфер, за їх аргументами, підпорядковується власній логіці розвитку, самодетермінується, "самодозволяє" себе, підпорядковується нормам, притаманним саме її середовищу [5].

У даній доповіді я хочу дослідити постмодерністський підхід до розуміння соціокультурної динаміки.

Польський соціолог і дослідник соціальних змін П. Штомпка вважає, що вивчення соціальних змін – основне в соціології. Зміна, на його думку, настільки очевидна межа соціальної реальності, що будь-яка наукова соціальна теорія, якою б не була її вихідна концептуальна позиція, рано чи пізно повинна підійти до цього питання [7].

В традиційній соціології існують різні напрямки, які по-різному розглядають соціокультурні зміни, але всі вони, на противагу постмодернізму, вказують на направленість змін. Для того, щоб наблизитись до розгляду постмодерністського підходу щодо розуміння соціокультурної динаміки, необхідно розглянути підходи традиційної соціології щодо цієї проблеми.

Представники позитивізму (О. Конт, Е. Дюркгейм, Г. Спенсер) розглядають суспільство за аналогією з живим організмом, який постійно еволюціонує. Згідно з еволюціоністами, зміни суспільства є направленими – від примітивних до розвинених форм, від простих до складних станів, від хаосу до організації. Цей рух постійний і незворотній; жодна рання стадія не повторюється, а кожна пізніша займає вищу позицію на шкалі складності і диференціації [7]. Головний закон соціального прогресу у Конта – це закон трьох стадій. Всі суспільства раніше або пізніше проходять в своєму розвитку теологічну, метафізичну і позитивну стадії [3]. Тут йдеться, насамперед, про розвиток людського інтелекту.

Представник іншого, не менш значущого напрямку в соціології – конфліктологічного – Карл Маркс розглядає історію як лінійний процес. Але, на відміну від Огюста Конта, який обстоював вчення про стадії прогресу людського розуму, Карл Маркс веде мову про прогрес суспільно-економічного формування [5].

На думку ж американсько-російського соціолога Питерима Сорокіна історія рухається не по прямій, а по спіралі. За допомогою оригінальних методик, із залученням фахівців з різних областей науки, спираючись на обширний фактичний і статистичний матеріал, П. Сорокін дійшов висновку, що в історії розвитку людства спостерігається циклічна зміна суперсистем культури в послідовності: ідеаціональна, ідеалістична, чуттєва. Ідеаціональна культура, за своєю суттю, релігійна. Вона заснована "на принципі надчуттєвості і надрозумності Бога, як єдиної реальності і цінності". Чуттєва (або сенситивна) культура є антиподом ідеаціональної. Третьою суперсистемою, за Сорокіним, є ідеалістична культура. Вона зв'язує надчуттєвий і надраціональний аспекти, виступаючи як проміжна і перехідна між вищеназваними суперсистемами [3].

П. Сорокін стверджував, що суперсистемам культури властива своя внутрішня динаміка життя, що охоплює тривалі історичні фази: генезису (походження) – росту – дозрівання – в'янення – занепаду і, нарешті, розпаду [4].

Для постмодернізму не існує єдиного цілісного порядку, термінами якого можна уявити світ людини і культури. Тут з самого початку стверджується ідея множинності незвідних один до одного порядків. Тому відкидається можливість вивчення суспільства і культури як "єдиного цілого". У такій ситуації міняються пізнавальні принципи. Відповідно, на зміну уявленню про чітко структуровані динамічні форми – лінійну, еволюційну, циклічну – приходить зовсім інше. Воно виражене терміном "ризомат". "Ризомат" в постструктуралізмі – це безладне виникнення множинності, рух, що не має переважаючого напрямку в горизонтальній площині [8].

Отже, структурованій класичній концепції простору з чіткими динамічними траєкторіями ідеологи постмодернізму протиставляють іншу його модальність – безструктурну. Ж. Дельоз і Ф. Гваттарі використовують для опису цього феномену термін "гладкий простір" і метафору існування номадів (кочових співтовариств), щоб представити якісні і динамічні властивості сучасної соціокультурної ситуації. Поняття "гладкого простору" належить до неоднорідного поля, що складається з нецентрованих ризоматичних безлічей; це невимірний простір, до якого не можна застосувати уявлення про швидкість і відстань; саме він є необхідною умовою для ризомного росту. Йому відповідає уявлення про "маргінальний" суб'єкт, що знаходиться в навіколоструктурній зоні. У сукупності це дозволяє зовсім по-іншому глянути на існування структури. Вона перестає розглядатися як незмінна цілісність; вводиться припущення про можливість її деконструкції і переходу в плюралістичне утворення – ризому, що "проростає" у раніше незасвоєний простір. У свою чергу, такий простір перестає бути незасвоєним, оскільки набуває своєрідних умовних форм і меж [8].

Один з основоположників соціології постмодернізму – Бодрійяр як автор концепції символічного обміну розглядає історію людської цивілізації як таку, що можна розділити на три етапи:

- 1) перший етап – у архаїчному і феодальному суспільствах обмінюється тільки додатковий матеріальний продукт;
- 2) на другому – капіталістичному – обмінюються всі товари промисловості;
- 3) на третій, нинішній, утверджується символічний обмін. Третій етап десоціалізує простір і позначає кінець попередніх відносин між капіталістами і робітниками.

Символічний обмін в принципі відрізняється від обміну економічного: він не передбачає прямий обмін товаром; взаємодія тих, хто обмінюється, нічим не обмежена; за своєю сутністю він є руйнівним.

Символічний обмін призводить до стирання меж між реальним і нереальним, до утворення "гіперреальності". Під гіперреальністю соціолог розуміє реальність симуляції "будь-чого". Бодрійяр додає при цьому, що гіперреальність для стороннього спостерігача важливіша, оскільки вона

уявляється як більш реальна, ніж реальність. Симуляція означає набуття символами самодостатньої реальності.

Під симулякрами Бодрійяр розуміє знаки або образи, які за своїм змістом відірвані від конкретних об'єктів, до яких відносились спочатку, і тим самим вони виступають як підробки. Своїм корінням даний термін уходить в поняття, введені ще Платоном, – "копія копії", яке означає, що багатократне копіювання об'єкту призводить до втрати ідентичності образу даного об'єкту. В цьому зв'язку симулякри виступають як знаки, які набувають автономного змісту і взагалі не відносяться до реальності. Тим не менш, симулякри широко використовуються в комунікативних процесах сучасного суспільства. Вони сприймаються людьми завдяки асоціації з конкретними об'єктами, явищами, подіями. Іншими словами, завдяки заміні реального знаками реального відбувається утвердження ілюзії реальності, творчості, прекрасного і т.і. Соціолог вважає, що сьогодні розвиток людської цивілізації йде в напрямку утвердження світу симуляцій, які розповсюджуються на усі сфери суспільного життя [1].

Один з теоретиків постмодернізму Зігмунд Бауман вважає, що різноманітні соціальні процеси в умовах постмодерну є нелінійними, оскільки під час дій автономних агентів утворюються певні "острівки порядку", що миттєво виникають, переміщуються і зникають, в яких проявляються певні види тотальності. З огляду на це, соціолог характеризує стан постмодерності як місце постійної мобільності та змін, що не мають певного напрямку, і тому постмодерний стан визначається ним як недетермінований і недетермінуючий. Тож З. Бауман зазначає, що теорія постмодернізму повинна звільнитися від метафори прогресу, яка надихала соціологію модернізму [2].

Вище розглянуті теоретичні підходи в традиційній соціології до розуміння соціокультурної динаміки ґрунтовані на уявленні про те, що історія – це процес закономірної зміни епох. А в постмодернізмі соціальні зміни розглядаються як несистемні, хаотичні, непередбачувані та різноспрямовані.

Використані джерела:

1. Бодрійяр Ж. Симулякри і симуляція/пер. с фр. В. Ховхун. – К.: Основи, 2004.
2. Ільюшина Е.Я. /Постмодерністське теоретизування в соціології //Культура і сучасність. – К.:ДАКККіМ, 2004, № 2.
3. Новейший философский словарь / Сост. А.А. Грицанов. – Мн., 1998.
4. Сорокин П. Человек, цивилизация, общество. – М., 1992.
5. Соціологія. Короткий енциклопедичний словник/ред. В.І. Волович – К., 1998.
6. Философия в вопросах и ответах: учеб. пособие/под ред.Алексеева А.П., Яковлевой Л.Е. – М., 2008.
7. Штомпка П. Социология социальных изменений. – М.:Аспект-Пресс, 1996.
8. Юрій М.Ф. Соціологія культури. Навчальний посібник. – К., 2006.

Кабанець Тетяна (СК-509/дм)

Науковий керівник:

Ільюшина Е. Я.,

кандидат соціологічних наук, доцент

ЛЮБОВ ЯК ЧИННИК ПОДОЛАННЯ МОРАЛЬНОЇ КРИЗИ ГЛОБАЛЬНО СУСПІЛЬСТВА

На сьогоднішній день існує багато теоретичних концепцій, що описують стан сучасного суспільства. Беручи за основу певну характеристику, притаманну сьогоденню, розробляються теорії глобального, інформаційного, постмодерного суспільства. Проте, не зважаючи на певні розбіжності у розгляді сучасних соціумів, всі теоретики вирізняють таку рису, як атомізація суспільства. Сьогодні ведеться багато розмов з приводу кризи економічної, проте треба відзначити і загрозу кризи моральної, духовної. Глобалізація призводить до розмивання національних кордонів, змішування та асиміляції культур, урбанізації та водночас до руйнації особистісних соціальних зв'язків між індивідами. Для прикладу можна навести висловлювання: "Чим більше місто – тим більш самотні в ньому люди". Інформатизація призводить до посилення ролі електронних комунікацій та до нівелювання реальних міжособистісних стосунків. Капіталістичний напрямок розвитку економіки диктує правила конкуренції, індивідуалізації, ворожнечі, а не взаємної підтримки та допомоги. Тому дослідження чинників, які б сприяли подоланню моральної кризи, консолідації та гармонізації суспільства є надзвичайно актуальним. В даній статті розглядається один із таких чинників – любов як тип соціальних відносин та його вплив на розвиток і функціонування суспільства.

Багато теоретиків відзначають загрозу занепаду національних культур, етнічної приналежності у зв'язку з пануванням масової, стандартизованої, уніфікованої культури у всьому світі. У такій ситуації виникає криза ідентичності (як її визначає З. Бауман) [1]. Людині важче відчувати свою приналежність до певної нації, етносу. Забуваються національні традиції, які споріднювали людей, зміцнювали родинні, товариські, робочі відносини. Індивід втрачає свою належність до певної соціальної групи і водночас стає членом спільноти, яка керується нав'язаними нормами і цінностями масової культури, втрачаючи свою власну думку та самобутність. Цю проблему піднімали у своїх працях Г. Маркузе, кажучи про одномірне суспільство та одномірну людину та Ж. Бодріяр, характеризуючи таку ситуацію як "смерть соціального".

Теоретик постмодернізму З. Бауман, досліджуючи цю проблематику вказує на кризу моральності в сучасних суспільствах. Вчений визначає сучасне суспільство як постмодерне і визначає такі його риси: плюралізм,

різноманітність, випадковість та амбівалентність. Розмірковуючи над станом моралі, він зазначає, що люди перестають бути хорошими і поганими, вони просто "морально амбівалентні". Відповідно, немає такого явища, як універсальна спільна для всіх мораль, а також відсутні механізми морального контролю. На думку З. Баумана, люди приречені на життя з нерозв'язаними моральними дилемами. Єдиним виходом з такої ситуації є перебудова моралі в етичний комплекс. Головною засадою цього комплексу є відчуття відповідальності перед Іншим. Причому відповідальність мислиться З. Бауманом за аналогією з любов'ю, яке є *causa sui*, тобто яка любить лише тому, що любить, а не тому, що очікує взаємності з боку Іншого. Тобто, це "відповідальність без сподівання на взаємність", вершиною якого є почуття любові. Без таких відносин, на думку вченого, не може існувати повноцінне гармонійне суспільство[2].

В сучасній теоретичній соціології любов як базовий вид соціальних відносин розглядав Е. Фромм.

Детальний розгляд сучасного капіталістичного суспільства з його тенденцією до індивідуалізації вчений виклав у книзі "Втеча від свободи". В цій праці наковець розглядає прагнення індивіда до самотійності, незалежності і свободи, та водночас – безпеки. Результат цього прагнення Фромм розглядає у двох площинах: "негативної" і "позитивної" свободи. "Негативна" свобода – це свобода "від", протиставлення індивіда природі та іншим членам спільноти. Капіталізм стимулює розвиток активної, самотійної, відповідальної особистості, але в той же час міць промислової системи і безособовий характер людських взаємовідносин породжує відчуття ізоляції і безпорадності. Другою стороною "негативної" свободи є самотність і відчуження. Тягар свободи "від" породжує прагнення "втечі від свободи", позбавлення свободи взагалі. Єдиним концептуальним шляхом зв'язку індивідуалізованої людини зі світом є "позитивна" свобода, свобода "задля", яка виявляється у активній солідарності з іншими людьми та спонтанній діяльності, а саме творчості та любові [4].

На думку Е. Фромма, людині нестерпно переживати відчуження від природи, від інших людей. Тому глибинною, стрижневою потребою індивіда є подолання своєї самотності і відтворення єдності з іншими людьми. Це можливо лише "в досягненні міжособистісного єднання, злиття свого "я" і "я" іншої людини, тобто в любові" [5, 119]. Проте не будь-яка любов є такою життєсвердуючою силою. Науковець розглядає зрілі і незрілі форми любові. Незрілі форми любові можуть бути названі симбіотичним союзом, що проявляється у бажанні володіти об'єктом своєї любові, або ж підкорятися йому. "На противагу симбіотичної союзу любов – це єднання за умови збереження власної цілісності, індивідуальності. Любов – це активна сила в людині, сила, яка руйнує стіни, що відокремлюють людину від її ближніх; яка об'єднує її з іншими. Любов допомагає їй подолати по-

чуття ізоляції і самотності, при цьому дозволяючи їй залишатися самою собою і зберігати свою цілісність. У любові має місце парадокс: дві істоти стають одним і залишаються при цьому двома " [5, 121].

Е. Фромм детально аналізує любов як вид соціальних відносин, розробляє її типологію в залежності від виду об'єкту любові. Він виділяє братську, материнську, еротичну, любов до себе і до Бога. Проте, вчений робить важливе зауваження, що "любов – це не обов'язково ставлення до певної людини; це установка, орієнтація характеру, яка задає ставлення людини до світу взагалі, а не лише до одного "об'єкта" любові. Якщо людина любить тільки когось одного і байдужа до решти ближніх, її любов – це не любов, а симбіотичний союз" [5, 134]. Тобто, любляча людина любить себе, оточуючих та весь світ, любов консолідує людину з суспільством та дає відповідь на питання власного існування. На думку Е. Фромма, "основою майбутнього суспільства може бути лише людина, здатна інтегрувати в собі любов до людей і готова відмовитися від усіх форм володіння заради справжнього буття, що розуміється як здатність жити без ідолопоклонства і завжди бути уважною до людей; з потребою дарувати людям свою любов і солідарність, а також відчувати тепло і співчуття з боку свого оточення" [6, 47].

Феномен любові як соціального явища і важливого чинника розвитку суспільства розглядав і російсько-американський соціолог П. Сорокін. У своїй відомій книзі "Головні тенденції нашого часу" науковець докладно розглядає тему "неегоїстичної любові" і альтруїзму. Досліджуючи історію людства, вчений засуджує шляхи, за допомогою яких люди хочуть попередити конфлікти, тобто засобами політики, релігійних засуджень, економіки або ж війною. П. Сорокін доходить висновку, що без збільшення "виробництва, нагромадження і поширення неегоїстичної любові, ніякі інші засоби не зможуть ані запобігти майбутнім самогубним війнам, ані встановити гармонійну побудову людського універсуму [3, 248]. Неегоїстична любов може виражатися такими поняттями, як співчуття, симпатія, доброта, дружба, відданість, благоговіння, доброзичливість, захоплення, повага та ін.

За твердженням П. Сорокіна, без любові не може бути повноцінного суспільства. З перших своїх кроків ми потребуємо любові і турботи, що виявляється у батьківському піклуванні за дитиною. На думку вченого, любов є запорукою довголіття і здоров'я, а бути коханим іншими і любити інших – найважливіший фактор життєздатності [3, 263]. Цілюща сила любові – емоції любові, симпатії та дружби сприяють створенню душевного спокою, самоконтролю у стосунках з оточуючими [3, 265]. Також Сорокін зазначає, що любов збільшує тривалість життя суспільств. Соціальні організми, засновані, головним чином, на ненависті, завоюванні, змушенні подібно імперіям Цезаря, Чингізхана, Наполеона, Гітлера, мали, як правило,

дуже коротке життя – кілька років, десятиліть, рідко століть. Найбільш довготривалі структури – релігії, які засновуються на принципі любові до ближнього, як християнство. Всі вони вже проіснували більше одного тисячоліття, деякі – більше двох тисячоліть, і немає явних ознак їх розкладу в доступному для огляду майбутньому. Секрет їх довголіття, можливо, у принципі альтруїстичного виховання людства [3, 292-293].

На думку П. Сорокіна, любов може істотно допомогти у звільненні людства від його найважчих недуг – воєн, злочинів, безумства, убогості і пороків.

Серед засобів і способів одержання енергії любові Сорокін виділяє наступні:

1. Чим більше інтенсивна, екстенсивна і довговічна, чиста і адекватна любов, яка міститься у діях людей, тим більше любові виробляється в процесах взаємодії.

2. Існують винахідники і інженери виробництва любові. До таких вчений відносить всіх великих апостолів любові і моральних наставників людства (Христос, Будда, Св. Франциск Ассізький, Ганді та ін.) та всіх великих і малих творців творчих істин (науки, філософії, наукової технології) і справжньої краси (всіх витончених мистецтв)

3. До виробників енергії любові можуть належати соціальні групи або інститути, головним з яких є сім'я. Сукупна величина любові, накопичена у індивідах, інститутах і культурі, може бути достатньою для практичних цілей людства. Сорокін впевнений у тому, що якщо б безліч простих смертних утрималися від вбивства інших людей, якщо б їм вдалося скоротити свою ненависть і подвоїти добрі справи, то це надзвичайно розширило б вироблення любові, і це було б цілком достатнім для запобігання новим катастрофічним війнам і наблизило б людство до соціальної гармонії [3, 305-306].

4. І, нарешті, збільшення виробництва любові за допомогою загальної культури. Якщо ми хочемо підвищити ефективність виробництва любові людством, то всі головні культурні системи повинні бути перебудовані, щоб випромінювати тільки позитивне світло любові і припиняти виробництво негативних випромінювань ненависті [3, 308-309].

Таким чином, проаналізувавши любов як соціальний феномен на основі праць провідних вчених-соціологів ХХ ст., можна стверджувати, що любов може суттєво впливати на позитивний розвиток та функціонування суспільства. Любов як тип соціальних відносин є рушійною силою гармонізації як окремої особистості, так і соціуму загалом. Тому, як зазначали відомі соціологи (З. Бауман, Е. Фромм, П. Сорокін) без любові не може мислитися "здорове" суспільство. Саме тому доцільне подальше, більш детальне вивчення феномену любові в межах сучасної теоретичної соціології з метою подолання криз сьогодення та попередження їх в майбутньому.

Використані джерела:

1. Бауман З. Идентичность в глобализирующемся мире // Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002.
2. Бауман З. Етика постмодерну. – К.: Port-Royal, 2006.
3. Сорокин П. А. Главные тенденции нашего времени. – М.: Наука, 1997.
4. Фромм Э. Бегство от свободы. Пер. с англ. А. Лактионова.— М.: АСТ, 2009.
5. Фромм Э. Душа человека: Перевод. – М.: Республика, 1992.
6. Фромм Э. Искусство любви: Исследование природы любви. Минск, 1990.

Пешая Олена (СК-509/дм)

Науковий керівник:
Алієва Л. О., доцент

ДЕСТРУКТИВНІ АСПЕКТИ УКРАЇНСЬКИХ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУРНИХ ТЕЧІЙ

Свідомість молодшої людини чутлива та сприйнятлива, вона володіє надзвичайною здібністю переробляти і засвоювати величезний потік інформації. Період активної діяльності перетинається у молодшої людини з обмеженим характером політичної, творчої, неповної включеності в систему суспільних відносин. Звідси у поведінці молоді – надзвичайне поєднання суперечливих якостей і рис: прагнення до ідентифікації та відокремлення, конформізм і негативізм, наслідування і заперечення загальноприйнятих норм, прагнення до спілкування і відчуженості від зовнішнього світу. Нестабільність і протиріччя молодіжної свідомості має великий вплив на більшість форм поведінки і діяльності особистості.

Поняття "субкультура" увійшло в науковий дискурс десь у 60-70-ті роки минулого століття у зв'язку із дослідженням молодіжних рухів.

"У соціології під субкультурою розуміють систему цінностей, настанов, способів поведінки і життєвих стилів, котрі притаманні певній соціальній спільноті, яка просторово і соціально більшою чи меншою мірою відокремлена від решти суспільства" [6]. Субкультурні атрибути, ритуали, цінності, зразки поведінки, як правило, відрізняються від цінностей у домінуючій культурі, хоча і пов'язані з ними. Вони не означають відмови від національної культури, прийнятої більшістю, а лише виявляють деякі відхилення від неї.

Молодь прагне до самовираження власними силами, створюючи різні форми субкультури, і досить часто ці субкультури носять деструктивний, асоціальний характер, тому головним питанням залишаються саме причини появи таких молодіжних субкультур [3]. Субкультурна система, притаманна Україні і ще не досліджена в її специфічних проявах, має бути врахована як важлива складова соціокультурної трансформації.

Як відомо, субкультура – це особлива царина культури, суверенне цілісне угруповання всередині домінуючої культури, яка відрізняється приватною системою цінностей, звичаїв, норм та традицій.

Але, незважаючи на те, що дослідники фіксують певну культурну кризу в молодіжному середовищі, молодіжні субкультури і контркультури виявляють себе нерідко як частина механізму культурних інновацій, завдяки якому суспільство постмодерну може розглядатися як більш толерантне та інтелектуальне.

Недовговічність і новизна культурних цінностей створюють "небезпечну суміш", оскільки людина, яка прагне до самоідентифікації, встановлення соціальних зв'язків веде пошук у нестабільному середовищі. Всі об'єкти, з якими вона стикається і до яких могла би прилучитися, знаходяться у постійному прискореному русі. В результаті, з нарощуванням темпу розвитку життя зникає попередня стабілізація, налагодженість у передачі досвіду старших, що, в свою чергу, обертається виникненням феномену молодіжної субкультури. Саме в період середини ХХ ст. з'явилися спочатку бітники, потім хіпі, панки і металісти. Усі вони анітрохи не були войовничою молоддю, яка намагалась зруйнувати старий устрій і створити новий світ. Вони просто зтямили всезагальну однаковість, стандартність, неможливість відійти від загальноприйнятих норм і спробували цьому протистояти [4].

На даний час росте покоління з розмитими цінностями та життєвими установками. Цей процес невідворотно призведе до втрати частини суспільства громадянської патріотичної свідомості, морального виродження нації, що загрожує збереженню самостійної держави. Культура будь-якого суспільства, а особливо – демократичного, має поглинати, переосмислювати ці "гілки". Спроби заборонити, знищити молодіжні субкультури породжують протестні, агресивні групи. В цілому ж, альтернативні культури ведуть до збагачення й омолодження всіх існуючих культур [7].

Після падіння "залізної завіси" пострадянські країни отримали неймовірну кількість різноманітної інформації, що дотепер збиває багатьох людей з пантелику. Мода на все західне надзвичайно вплинула на сутність "молодіжних субкультур" в Україні. Звичайно, і до розпаду СРСР в країні існували різні "течії" в молодіжній культурі, взяти хоча б рокерів, панків, реперів та ін. – адже деякі "віяння Заходу" все ж діставалися країн соцтабору.

Просто в період "перебудови" та особливо після розпаду радянської імперії ці "віяння" переросли в пропаганду, а молодіжні субкультури пережили значну еволюцію. Зрозуміло, що багато нового було позитивного, радикального та прогресивного, але з появою "креативних" субкультур з'явилися і деструктивні, небезпечні для суспільства течії.

Таким течіям російський дослідник С. Сергєєв дав назву "радикально деструктивні (анархо-нігілістичні)" та "свавільно-самосудні (кримінальні)"

субкультури, до яких відніс субкультури "анархо-панків", "реггі", "репу", "гопників", "сатаністів", "скінхедів", "футбольних хуліганів", "трешерів" та інших.

Кожна з цих субкультур несе в собі асоціальну поведінку, спрямованість на застосування силових методів, вживання алкоголю та наркотиків, що досить негативно впливає на несформоване молоде покоління.

Анархо-панк – політично активний напрям панк-субкультури, спрямований на знищення цінностей панівної культури, що підтримує ідеологію анархізму. Це протест буденності життя, він зароджувався як протест проти брехливих політиків, які брехали і грабували, посиляли на нікому не потрібні війни. Протест міліції, яка не давала проводити концерти, гнобила і була тих, хто їй підвладний. Їхні цінності – нонконформізм і "підходяща тусня", серед якої заведено вживати легкі наркотики [1].

Асоціальною є і культура "реггі", прихильники якої називають себе "растаманами". Невід'ємною частиною цієї культури є вживання маріхуани.

Реперська субкультура – її першооснову складає такий музичний напрям, як реп – це достатньо примітивна музика, яка нагадує ритми барабанів африканських шаманів, зазвичай ці пісні густо всіяні нецензурною лайкою. Репери пропагують у своїх піснях такі речі, як культ сексу, насильство, розбещеність. Може, це і не так погано, але, крім своєї не надто високої мистецької цінності, крім добірних нецензурних слів і не найкращого впливу на психіку, реп впроваджує певну ідеологію, адже його пропагують афроамериканські расисти.

Одна з найбільш деструктивних, кримінальних і надзвичайно небезпечних субкультур – це "так звані "гопники". Завдяки поширенню цієї субкультури значна частина молоді з околиць міст вважає життя злочинців романтикою. Цей кримінал контролює великий бізнес, та ще й пропагує культ насильства через свої ЗМІ, зокрема через радіо, яке оспівує вчинки злодіїв, убивць, шахраїв, рекетирів – одне слово, бандитизм. Гопники головним чином займаються дрібним шахрайством і вимаганням грошей, що згодом призводить до тюремних ґрат.

Сатанізм – світогляд і офіційно практикуюча релігія, філософія якої була сформульована в 1960-і Антоном Шандором Лавеем, автором "Сатанинської біблії" і засновником Церкви Сатани. Сучасний реальний сатанізм в Україні сконцентрований в підпільних групах. Їхній культ – це суміш запозиченої з різних джерел інформації про містичні обряди, окультних текстів та відповідної атрибутики культу. Сатанізм є деструктивною молодіжною субкультурою, чітко прив'язаною до напівкримінального середовища, через практику вживання тяжких наркотиків, сексуальних оргій та ритуальних вбивств тварин та людей [8].

Трешери виникли як різновид металістів, однак з часом розширили свою базу за рахунок прихильників безлічі різновидів "хеві-метал". Тре-

шери від початку свого існування контактували з різного роду напіврелігійними містичними культами, в першу чергу – з сатаністами. Власне, в Україні протягом незначного часу поширення набули представники треш-сатаністів. Більшість треш-сатаністських тусовок є "грою в сатанізм", але в Києві, Львові, Донецьку та інших містах прокотилася ціла хвиля вандалізму на кладовищах. Неодноразово органи правопорядку затримували представників сатаністських груп.

На сьогодні в Україні нараховується більш як 500 скінхедів. Це особи віком від 14 до 27 років, які об'єднуються у групи від 20 до 50 осіб. Такі групи існують у Києві, Дніпропетровську, Запоріжжі, Львові, Севастополі, Чернігові та Автономній Республіці Крим. протягом 2007 року іноземними громадянами на території України вчинено 3485 злочинів (з них громадянами країн СНД – 3145, громадянами ЄС – 231), поряд з цим, громадянами України по відношенню до іноземців протягом 2007 року скоєно 1176 злочинів (з них щодо громадян країн СНД – 749, громадян ЄС – 151). У січні 2008 року іноземними громадянами скоєно 223 злочини (країн СНД – 195), стосовно іноземних громадян скоєно 56 злочинів (країн СНД – 30). Минулого року щодо іноземних громадян скоєно 22 навмисних убивства та 13 важких тілесних ушкоджень, що спричинили смерть.

Футбольні хулігани – особи, які порушують громадський порядок, пов'язуючи свої дії з футбольними пристрастями і обґрунтовуючи їх ними. Як правило, злочини на ґрунті футбольного хуліганства здійснюються до або після футбольних матчів, а також в місцях великих скупчень футбольних уболівальників [2].

Отже, нашому суспільству шкодять деструктивні субкультури та молодіжні субкультури, що мають чітку лінію асоціальної поведінки й орієнтовані на застосування силових методів. Обираючи одну з таких субкультур, молода людина обирає "шлях в майбутнє: алкоголь-наркотики-насилля", тим самим знищуючи майбутнє своєї країни, адже молодь є стрижнем культури і рушійною силою країни. Кожного дня молодь долучається до неформальних, хаотичних, дестабілізуючих та руйнуючих субкультур, їхня несформована психіка, немов губка, вбирає в себе негативні ідеї того чи іншого руху.

Субкультури є носіями нових ідей і цінностей, яких потребує суспільство і з часом загальна культура, поглинаючи їх у себе, сама змінюється відповідно до нових потреб суспільства. А якщо в нашому суспільстві існує чимала низка деструктивних та кримінальних субкультур, з чого будуватиметься новий культурний прогрес? Тому потрібно створювати формальні молодіжні організації, покращувати стан загальної культури і дозвілля, щоб сучасна молодь мала можливість проводити вільний час з користю і бажанням.

Використані джерела:

1. Аксютіна О.А. Панк-культура как феномен молодежной контркультуры М.: Наука 2005;
2. Артёмов П.М. Субкультура футбольных хулиганів: фактори формування та особливості прояву на пострадянському просторі. – Рукопис.
3. Волкова Н.П. Педагогіка:Посібник. – К.: Видавничий центр "Академія", 2001.
4. Головатый Н.Ф. Социология молодежи: Курс лекций. – К., 1999.
5. Давыдов Ю.Н., Роднянская И.Б., Социология контркультуры: инфантилизм как тип мировосприятия и социальная болезнь. М., 1980 г., 376 с.
6. Кулік В., Голобуцька Т., Голобуцький О. Молода Україна: Сучасний організований молодіжний рух та неформальна ініціатива. – К.: Центр дослідження проблем громадянського суспільства, 2000.
7. Шулдик Г.О., Шулик В.І. Педагогічна практика: Навчальний посібник для студентів педагогічних вузів. – К.: Науковий світ, 2000. – 143 с.
8. Эко, Умберто. Сатанизм, садизм и тяга к жестокости // История уродства / под редакцией Умберто Эко. – М.: Слово / Slovo, 2007, с. 216—220

З М І С Т

ІНФОРМАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Мотижен Віталій

Стандартизація як чинник упорядкування у сфері документознавства
та інформаційній діяльності 3

Юдіна Олена

Менеджмент інвестування у шоу – бізнес 7

Орехов Дмитро

3-D сканер людського тіла 10

Малько Анна

Інформаційне забезпечення технотронного суспільства 12

Слива Ольга, Димніч Олександр

Мовні засоби творення реклами 16

Кажукало Юлія

Інформаційне забезпечення процесу приймання рішення в менеджменті 19

Дрогаль Олена

Менеджмент в сфері мультимедіа технологій 23

Косенко Марина

Аналізування інтерфейсу Майкрософт офіс, на відповідність
національним стандартам України 26

Щербак В.М., Синенко Л.О., Свириденко Т.І.

Інформаційні системи та технології в менеджменті 30

Зельцер Ірина, Філоненко Ігор

Лінії та канали передачі даних в комп'ютерних мережах 34

Стащук Ярослав

Криптографічне кодування інформації 38

Мурадьянц Павло

Комп'ютерна графіка в інформаційній діяльності менеджера 42

Слива Ольга, Димніч Олександр

Імітаційне моделювання ремонтних робіт виробничого обладнання 45

Лазебнікова Дарія, Меляницький Нікола

Математичне забезпечення алгоритмів оброблення статистичних
даних програмою ms excel 47

Тютюнник Олексій

Природа – найкращий стандартизатор 49

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Зельцер Ірина, Лях Алла

Соціальне партнерство як складова організації 52

Іванченко Наталія

Фандрейзинг та його роль у розвитку закладів культури 54

Заводська Ксенія

Інформаційно-аналітична діяльність як засіб управління виставковими маркетинговими комунікаціями 57

Гур'янова Людмила

Комунікаційний менеджмент у виставковій діяльності 60

Куліш Наталія

Досягнення успіху за рахунок мотивації 63

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ РОЗВИТОК СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Нечай Анастасія

Організація форм дозвілля молоді на сучасному етапі (на прикладі діяльності народного фольклорного аматорського гурту "Коляда") 65

Мельник Надія

Діяльність галереї "неф" у популяризації культурних цінностей 68

Лакей Катерина

Феномен хіп хоп культури в сучасному світі 71

Бурдейна Інесса

Міжнародні музичні конкурси і фестивалі як засіб поглиблення міжнародного культурного співробітництва 76

Шинкаренко Яна

Індустрія туризму / The travel & tourism industry 79

Шеремета Олена

Церква святого Миколая в Туреччині / The church of saint Nicholas in Turkey 85

Майсон Катерина

Модернізація вищої освіти України 90

Гуцул Людмила

Становище українських жінок в освітянській сфері 96

Наumenko Марина

Постмодерністський підхід в соціології щодо розуміння соціальних змін 98

Кабанець Тетяна

Любов як чинник подолання моральної кризи глобально суспільства 102

Пешая Олена

Деструктивні аспекти українських молодіжних субкультурних течій 106

