

Світлана Котляр, Денис Григорук
Svitlana Kotliar, Denys Hryhoruk

ТВОРЧІ ІНДУСТРІЇ: СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

CREATIVE INDUSTRIES: STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

Сучасний розвиток суспільства є неординарним, бо сповнений змін та трансформацій, зокрема впливом такого явища, як глобалізація. У статті розглянуто оцінку ефективності засад організації діяльності в галузі сценічного та аудіовізуального мистецтва. Запропоновано методичні підходи до розробки та впровадження програм організації діяльності в театрі, кіно, на телебаченні. Автор дійшов до висновку, що практична діяльність з фаху та знання креативних індустрій – це нова зброя у конкурентній боротьбі сучасних театральних закладів культури нашого часу.

Ключові слова: *інновації, організаційні засади, заклади культури, культурний продукт, театр, кіно, телебачення.*

Суттєвою рисою структурних трансформацій у галузях культури та мистецтв є тенденція до широкого використання цифрових технологій, створення віртуальних наддержавних структур неформальних соціальних комунікацій. Ці процеси відбуваються в умовах глобалізації, формування єдиного культурологічно-мистецького та медійного простору.

Найґрунтовніший доробок у сфері економіки та менеджменту простежується в публікаціях таких науковців, як О. Альгін, І. Балабанов, І. Бланк, Б. Гардінер, П. Грабовий, А. Мазаракі, М. Рогов, В. Успенко. Дослідження проблеми подолання структурних диспропорцій на засадах активізації стратегічної інноваційної складової інноваційного зростання набуває все більшої актуальності та описано у працях вітчизняних учених, зокрема О. Завгородньої, І. Крючкової, В. Ковальчука, Л. Кузнецової, М. Меламеда та ін.

Значущими є праці зарубіжних та вітчизняних театрознавців та практиків, зокрема Дж. Стреллера, П. Саксаганського, Л. Курбаса, А. Таїрова, М. Крапівки, М. Чехова, Є. Гротовського, П. Брука, Г. Ліпківської та ін.

У сучасних умовах культурно-мистецька галузь театру, кіномистецтва, медіа та телебачення вимагають певних змін у діяльності зазначених організацій щодо комерційної торгівлі, нових форм менеджменту та організації творчої діяльності; виникає необхідність у впровадженні нових спеціальностей та спеціалізацій.

Важливий внесок у дослідження проблеми видової специфіки мистецтва зробили такі філософи, як І. Кант, Г. Гегель, Г. Лессінг; науковці: Н. Таршиз, Ю. Борев, В. Ванслов, Б. Галеев, М. Каган, В. Міхалев, В. Скатерщіков та інші. Ґрунтовними є праці зарубіжних і вітчизняних театрознавців і практиків: П. Саксаганського, Леся Курбаса, А. Таїрова, Д. Стреллера, М. Крапівки та ін.

Мета статті – розглянути та запропонувати методичні підходи щодо розробки та впровадження важливих інновацій в організацію діяльності закладів культури в галузі культурних індустрій, театру, кіно та телебачення.

Відповідно до зазначеної мети, у статті поставлено такі завдання: розглянути оцінку ефективності засад організації діяльності в галузі сценічного та аудіовізуального мистецтв.

Сучасний розвиток суспільства є неординарним, сповнений змін та трансформацій, зокрема впливом такого явища, як глобалізація. Глобалізація – це явище, що відкриває нові ринки дешевої робочої сили; підвищує вимоги компаній, організацій, корпорацій до фахівців різних галузей і збільшує кількість конкурентів. Поширення інформаційних і нанотехнологій,

комп'ютерних мереж обумовлюють зміни в структурі організацій та закладів культури; скорочення розмірів організацій зумовлюють інновації. Глобалізація сьогодні це не тільки жорстка конкуренція. Вона також впливає на людський капітал підприємств. Глобалізація трансформує поняття постійного місця роботи. Техногенна цивілізація та швидка зміна інформаційних технологій примушують заклади культури діяти не ординарно в трьох актуальних сферах: технології, персонал та організаційні аспекти бізнесу.

Найважливіші якості сучасного культурного простору або закладів сфери культури й освіти, креативних індустрій є відкритість думок, заперечення неможливого та можливість знищувати стереотипи. У результаті розвитку ринкових узаємин в Україні заклади культури мають економічну свободу відповідно до вибору напрямів та орієнтирів розвитку, а також вибору ринків діяльності, визначення напрямів використання та залучення власних коштів, формування конкурентної політики тощо [10].

Для вирішення поставленої мети використано теоретичні методи наукового дослідження: аналіз сучасного стану досліджуваної проблеми у філософській, педагогічній і спеціальній літературі, класифікація критеріїв і показників.

У перекладі з грецької мови слово "інновація" означає "оновлення, новизна, зміна". З'явилося воно вперше в закордонних дослідженнях ХІХ ст. Ф. Брансуїк визначає інновацію, як нову ідею, дію, або адаптованість ідею, або ті, для яких настав час реалізації [6].

Сучасні вітчизняні вчені розглядають інновацію як результат творчого пошуку оригінальних, нестандартних рішень різноманітних проблем. Оскільки головною творчою та креативною особистістю в театрі, кіно, "серіальному" виробництві, низці телевізійних програм, виступає актор, виникає потреба в якісній та ефективній праці актора над особистісною компетентністю, власним іміджем, PR, з просування власної реклами в широкому професійному колі продюсерів і режисерів, у кіно і телекомпаніях, акторських агенціях тощо. Останнє є важливим ще й з тієї причини, що дає змогу створення нових робочих місць для фахівців з художньої фотографії, візажистів, стилістів та ін.

Б. Брехт неодноразово наголошував: "Скрізь, де йдеться про пізнання реальності, ми повинні навчитися застосовувати діалектику" [2]. "Управляюча компанія" "... вихід в подальшій приватизації, оскільки єдина річ, що працює в країнах, які переходять від планової економіки до ринку, – це особиста власність. Підприємства та компанії, які належать державі, працюють менш ефективно", відзначає А. Аслунд. Оскільки зрозуміло, що за так званих "нових економічних умов" "репертуарний театр" не виживе і рано чи пізно на дотації залишаться невелика кількість театрів, є сенс створення компанії, яка б взяла на себе функції управління (менеджменту) у сфері театральної культури та культури взагалі ("управляюча компанія").

Ефективність та рентабельність діяльності закладів культури безпосередньо залежать від якості управління, а також контролю за реалізацією та якістю послуг. Високий потенціал закладів культури за недооцінки діяльності та неефективного управління призводить до недофінансування розвитку закладів культури, недоліку оборотних коштів, низькій матеріальній зацікавленості працівників. Така ситуація призводить до необхідності постійно збільшувати статтю бюджету на утримання закладів. Але, для збільшення прибуткової частини бюджету закладів культури, можливо використовувати технології антикризового управління [9]. Розробка методів антикризового управління з боку компанії (з наголошенням на театральній діяльності) управляючої компанії буде спрямовано на [4]:

- захист інтелектуальної власності та патентування за видами діяльності, розробку та застосування франчайзингових схем у театральній діяльності;
- постійний моніторинг аудиторії театру з метою виявлення тенденцій розвитку культури та попиту з боку глядачів;
- збір й узагальнення практики успішних європейських театральних проектів і управлінських рішень для створення системи підготовки управлінського складу закладів культури;

- збір і аналіз інформації про взаємодію театрів із зовнішнім середовищем, відстеження нових тенденцій та ринкових суперечностей, створить основу для корегування нормативно-законодавчої бази [8];
- підвищення рентабельності діяльності театрів;
- розвиток напрямів, супутніх основному бізнесу;
- залучення та використання різних видів фінансування (бюджетних, грантових, комерційних, кредитних, інвестиційних коштів) приведе до зменшення бюджетного навантаження та переходу від схем поточного фінансування на фінансування театральних проектів та програм;
- створення нових фінансових інструментів розвитку театру, включаючи амортизаційні відрахування та накопичення з доходів;
- можливість управлінської компанії впроваджувати зовнішнє фінансове управління та здійснювати фінансове планування, контроль за підвищенням ефективності управління діяльністю театру;
- створення систем мотивації та зацікавленості творчого колективу театрів;
- творчий аудит театральних постановок і репертуарної політики, оцінка позиціонування театрів та відповідності театральних постановок та відповідності театрів до обраних сегментів ринку;
- захист інтелектуальної власності та патентування за видами діяльності, розробка та застосування франчайзингових схем в театральній діяльності;
- постійний моніторинг аудиторії театру з метою виявлення тенденцій розвитку культури та попит з боку глядачів;
- збір й узагальнення практики успішних європейських театральних проектів і управлінських рішень для створення системи підготовки управлінського складу закладів культури;
- збір і аналіз інформації про взаємодію театрів із зовнішнім середовищем, відстеження нових тенденцій та ринкових суперечностей, створює необхідний базис для корегування нормативно-законодавчої бази [8].

З метою скорочення витрат компанія, що здійснює управління декількома закладами культури, об'єднує однотипні бізнес-процеси (рекламу, оперативну поліграфію, технічне обслуговування, ремонт приміщень і будівель, виготовлення декорацій та костюмів, продаж квитків тощо). Нові методи фінансового управління, що підвищують ефективність використання надання закладам культури необмежених ресурсів, які ґрунтуються на: сучасних управлінських технологіях бюджетування; кредитування й проектного фінансування; схем залучення інвестицій; інтеграції фінансових потоків від додаткових видів діяльності; розробки нових схем взаємодії столичних і регіональних театрів. У період розвитку міжнародних зв'язків і гастрольної діяльності, управляюча компанія буде також і продюсерським центром.

Було б доцільно провести проектну діяльність з метою: створення проекту “управляюча компанія у сфері культури”; здійснити апробації запропонованих підходів у ряді конкретних закладів культури (наприклад, в проблемних театрах) у складі управляючої компанії; узагальнити та впровадити позитивний досвід в інноваційних проектах управляючої компанії. Для соціально-економічного успіху у сфері виконавських мистецтв необхідні дослідження та статистика [7].

Як й інші провідні науковці, відзначаємо перспективні напрями дослідницької діяльності в галузі виконавських мистецтв: характеристика галузі та тенденцій її розвитку [9]:

- ціноутворення: аналіз витрат; аналіз прибутків; еластичність цінової політики;
- аналіз попиту: потенціал ринку; аналіз цін конкурентів;
- створення інноваційного продукту: розробка концепції, її перевірка; створення та тестування нового культурного продукту; тестування ринку; перевірка наявних продуктів; вивчення продуктів конкурентів;
- просування продукту: дослідження в галузі мотивації глядачів; дослідження в галузі ЗМІ; тестування текстів рекламних повідомлень;

– аналіз ефективності реклами: до початку рекламної кампанії; під час рекламної кампанії.

На сучасному етапі розвитку значимими є стратегічне планування та вивчення можливостей виплати премій персоналу театру, надання купонів та контрамарок глядачам; аналіз поведінки та смаків, попиту глядачів, лояльності та відношення до культурного продукту, ступеня задоволення культурних потреб; купівельна спроможність, купівельний намір; усвідомлення бренду; вивчення можливостей сегментації.

В умовах ринкової економіки велику перспективу мають так звані “творчі індустрії”.

Культурний продукт (будь-то текст, картина, театральна постановка, кінофільм або музичний твір) проходить три основні стадії, що зв'язують його виробництво та споживання: створення культурного продукту (твору) здійснюється митцем; цей продукт є предметом менеджменту в закладах культури (або проектах), це зустрічі та співпраця з публікою в умовах, що формуються менеджерами (прес-конференції, презентації); завдяки сучасним медійним та інформаційним технологіям та методам трансляції та тиражування (поліграфія, звукозапис, відео, радіо, телебачення, мультимедіа, інтернет тощо), культурний продукт (як правило, в трансформованому вигляді) є надбанням багатомільйонної аудиторії [5]. Саме наявність третьої стадії (як можливості) є тією відмінною рисою нашого часу, яка примушує говорити про творчі індустрії, а не просто про культуру і мистецтво. З'явилися медійна технологічна революція, що має вплив на свідомість людини подібно до книгодрукування. Завдяки медіа, будь-який культурний продукт існує двічі, наприклад, як пісня в живому виконанні та як телевізійний образ (кліп на телеекрані). І це має величезні економічні, соціальні та культурні наслідки [3].

Відзначаємо роль традиційних культурних інститутів, які мають працювати на іншому рівні, де живий культурний продукт зустрічається з живою публікою. Проте сьогодні вони недостатньо володіють технологіями менеджменту і відірвані від першої стадії (від живої творчості митців) і від третьої (від сфери сучасних медійних технологій). Тому, розвиток цих взаємин є головним завданням інтегрального розвитку творчих індустрій. Якщо не вдасться реінтегрувати традиційні культурні інститути до сучасної системи творчої комунікації, вони будуть фактично виключені з культурного процесу. Це поза сумнівом зашкодить усьому культурологічному процесу, бо кожен елемент несе в ньому власне навантаження [9].

Є сенс, як, наприклад, у Великобританії рухатись шляхом так званих творчих індустрій, де праця над творами мистецтва – це образ життя, а також складники дозвілля, і бізнесу. Це інтеграція одного виду мистецтва з іншим тощо. Певні кроки на цьому шляху вже зроблено.

Так, Національний центр театрального мистецтва ім. Л. Курбаса – це і науковий заклад, і сцена, на якій мають змогу працювати різні режисери, і лабораторія перекладу та сучасної української драматургії, експеримент у галузі живопису та кіно тощо.

Удало поєднує бізнес та культурологічну діяльність показ сучасних вистав, кінофільмів, презентації книжок та музичних колективів. Прикладом є праця київського клубу “Книгарня Бабуїн”.

Експериментальну діяльність здійснює й академічний музичний колектив “Камерата” (м. Київ), де було започатковано сценічне поєднання в односинтетичне видовище академічно-музичного твору і театральної вистави (“Симфонія для віолончелі” композитор З. Алдоші, автор сценарію театральної складової та режисер постановник О. Балабан).

За умов ринкової економіки з'являється необхідність у професійній підготовці та впровадженні нових творчих спеціалізацій в галузі культурного виробництва та креативних індустрій. Мова йде про таку спеціальність як креативний продюсер. Цю спеціальність варто поєднати зі спеціальністю виконавчий продюсер, який відповідає за технічно-організаційне втілення проекту. Креативний продюсер – необхідна складова успішного втілення комерційного творчого проекту щодо створення фільму, серіалу, телепрограм, театральної вистави [1]. На посаду креативного продюсера має призначатися фахівець, який має вищу режисерську освіту та досвід діяльності режисером-постановником не менше 5-ти років. Це має бути людина глибоко освічена та обізнана в усіх галузях культури, мистецтва та креативних індустрій.

Креативний продюсер має поєднувати в собі творчі, організаційні та комерційні здібності, гостро відчувати запит сучасного глядача, вміти прогнозувати глядацький запит. Він має поєднувати в собі хист режисера, сценариста, редактора, фахівця по роботі з акторами тощо.

Функціональні обов'язки креативного продюсера:

- комплектує та подає на затвердження замовнику ключовий склад творчої групи: сценарист, драматурги, режисер-постановник, композитор, оператор постановник, художник-постановник, а за вказівкою замовника також інших осіб;
- здійснює організацію і загальне художнє керівництво проектом на всіх рівнях виробництва в термін, встановлений календарно-постановочним планом і в межах кошторису, затверджених замовником;
- опрацьовує технічні завдання для художника-постановника, художника по костюмах, художника по гриму, художника з реквізиту;
- здійснює прийом ескізів декорацій, костюмів і візуальних образів персонажів та приймає рішення про їх затвердження, відхилення чи доопрацювання;
- затверджує місця натурних зйомок і натурні об'єкти;
- забезпечує своєчасне подання на затвердження замовнику сценарію фільму (серії), телепрограм, п'єси, відповідно до календарно-постановного плану;
- проводити регулярні консультації представників творчої групи з питань художнього втілення в фільмі сценарію, п'єси у виставі;
- забезпечує відповідність постановки концепції замовника;
- затверджує результати кастингу акторів на ролі другорядних персонажів, бере участь у затвердженні кастингу акторів на головні ролі, ведучих та учасників телепрограм;
- затверджує музичні твори, що підлягають включенню до фільму або вистави;
- забезпечує надання юристам замовника списків музичних творів, які передбачається використовувати в роботі над проектом, до початку зйомок фільму, телепрограм або постановки вистави;
- виключає з роботи музичні твори або їх фрагменти, якщо відсутні відповідні дозволи авторів або правовласників;
- бере участь у написанні сценарію фільму, лібрето музичної вистави, інсценізації літературного твору, сценічної редакції п'єси: в цьому випадку сторони укладають додаткову угоду до Договору, в якому обговорено умови участі креативного продюсера в роботі над сценарієм, лібрето, п'єсою тощо;
- виїжджає в експедиції, здійснює іншу діяльність, яку здійснює продюсер під час створення аудіовізуальних творів.

Креативний продюсер має володіти достатнім професійним творчим досвідом, щоб запустити проект у його творчий складовий, має вміти працювати з актором; у форс-мажорних обставинах мати творче право надати творчу допомогу режисеру в роботі з актором або при монтажі фільму чи випускному періоді вистави, а за необхідності замінити режисера-постановника і самостійно завершити проект.

Креативний продюсер має бути генератором оригінальних творчих ідей, утілення яких сприятиме створенню високохудожнього мистецького твору в галузі кіно, театру, телебачення.

Шлях до вершини починається з маленького кроку, шлях до кар'єри актора кіно, "серіального" виробництва, ведучого телепрограм починається з портфоліо [1]. Фотографії акторові потрібні майже кожного дня. При реєстрації в акторських агенціях, при зустрічах з помічниками з підбору акторів, на попередніх кастингах. Перше, що вимагають від актора фотографії. Чи будуть ці фотографії на кухні або в кімнаті на тлі килима, чи в студії – вибір за актором, тобто замовником. Але треба враховувати, що і на вибір актора, як претендента на певну роль, якість його зображення на представлених фотографіях має великий вплив.

Асистенти по акторам, режисери, продюсери аналізують інколи декілька сотень фотографій у день. До акторських портфоліо є цілком певні вимоги, які зазначені нижче.

Зокрема значущим є наповнення наявності різномірних фотографій, що ймовірно будуть обрані на бажаний проект в кіно, рекламі, на телебаченні тощо.

Створення портфоліо актора – це завжди дуже важливий та інтригуювальний процес. Усе починається з фотографа, художника та дизайнера. Вони дають актору необхідні інструкції, налаштовують світло і фотокамеру, розробляють сюжет фото. Так традиційно для портфоліо актора робиться біля двохсот фотографій. Із фотографій, отриманих у ході фотосесії, відбираються найкращі. Із ними працюють професійні художники-редактори в графічному редакторі. Вони вишукують та усувають найменші недоліки та друкують найбільш удачі фото форматом 10x15. Фахівці детально вивчають кожний знімок, відбирають кращі з кращих. І тільки вони є справжнім портфоліо акторів та актрис початківців, що ступили на нелегкий шлях кар'єри в кінематографі, відеовиробництві та телебаченні. Треба зазначити, що на відповідний фотоносій записується увесь зйомочний матеріал, відібрані фотографії у форматі Tiff – 10x15 – 300 dpi, інші в Jpg-10x15 – 300dpi.

Залежно від мети та завдання, портфоліо може містити від 5 до 20 художніх фотографій актора або актриси в різному одязі, з різним макіяжем, без макіяжу. Зазвичай це портрет, фотопортрет, фото “на повний зріст”. Плюс модельне позування в образах, що найбільш вигідним чином підкреслюють темперамент і характерність, артистичність, пластичність виразність, сексуальність, кіногічність тощо.

Практична діяльність з фаху та знання креативних індустрій – це нова зброя у конкурентній боротьбі сучасних театральних закладів культури нашого часу. Чи не всі заклади культури розуміють характер інформаційних та медіатехнологій, що застосовуються в креативних індустріях. Такі технології мають бінарний та синтетичний характер. З одного боку, це розуміння особливостей технологічного процесу створення культурних індустрій, а з іншого боку, це інноваційні спеціалізації з продюсування виробничих та адміністративних процесів, які закладені в основі діяльності закладів культури. Це робить діяльність “прозорою”. Отже, насправді діяльність театральних закладів культури, компаній теле- та кіноіндустрії стає інтелектуальною тільки тоді, коли інформація здобувається заради її справжньої цінності глядача, а не лише заради автоматизації, інформатизації. Заклади культури мають орієнтуватися на інтелектуальний капітал та втілювати оригінальні творчі ідеї, створювати високохудожні мистецькі твори в мистецьких галузях: кіно, театру, телебачення.

Представлені результати досліджень є початковою ланкою у розробленні моделі виховання фахівців аудіовізуального мистецтва та виробництва.

Список використаних джерел

1. Брук П. Пустое пространство. Москва : Искусство, 1978.
2. Гротовский Е. ПерФОРМЕР. [Электронный ресурс]. 2018. Доступно: <http://libelli.ru/forarts/grotovsk.htm>
3. Красильникова О.В. История украинского театра XX ст. Київ : Либідь, 1999.
4. Курбас Л. Філософія театру. Київ : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2001.
5. Даниленко Л. Наукове та методичне забезпечення впровадження педагогічних інновацій. Херсон : ЦНТВ, 1999.
6. Пчельников П.М. Справочная книжка по театральному делу. Москва : Изд-во А.А. Левенсон, 1900.
7. Пави П. Словарь театра. Москва : Прогресс, 1991.
8. Фокин В. “Уроки Гротовского”. // Театр. № 7. 1990. С. 136-146.
9. Художественно-общедоступный театр. Отчет о деятельности за 1-й год. Москва : Изд-во А.А. Левенсон, 1899.
10. Чистилин Д.К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект. Москва : Экономика, 2004.

The modern development of society is extraordinary, because it is full of changes and transformations, in particular the influence of such a phenomenon as globalization. Globalization is a phenomenon that opens up new markets for cheap labor; increases the requirements of companies, organizations, corporations to specialists in various industries and increases the number of competitors. The spread of information and nanotechnology, computer networks cause changes in the structure of organizations and cultural institutions; reducing the size of organizations is predetermined by innovations. Globalization today is not only tough competition. It also affects the human capital of enterprises. Globalization transformed the concept of a permanent job. Technological civilization, and the rapid change of information technologies are forcing cultural institutions to act non-ordinary in three topical areas: technology, personnel and organizational aspects of the business. The evaluation of the effectiveness of the foundations of the organization of activities in the field of stage and audiovisual arts is given. Methodical approaches to the development and implementation of programs of organization of activities in the theater, cinema, television are developed. The author came to the conclusion that practical activity in the specialty and knowledge of creative industries is a new means in the competitive struggle of modern theatrical cultural institutions of our time. Not all cultural institutions understand the nature of information and media technologies used in creative industries. Such technologies are binary and synthetic. On the one hand, it is an understanding of the technological process of creating cultural industries, and on the other hand, it is an innovative specialization of production and administrative processes, which are the basis of the activities of cultural institutions. This makes the operation "transparent". So, in fact, the activities of cultural institutions, TV and film companies become intellectual only when information is obtained for the sake of its true value of the viewer, and not only for the sake of automation, and informatization. Cultural institutions should focus on intellectual capital and implement original creative ideas, create highly artistic works of art in the artistic sectors: cinema, theater, television.

Key words: innovations, organizational bases, cultural institutions, cultural product, theater, cinema, television.

УДК: 378.147.091.31-051:78:005.342

DOI: 10.32626/2309-9763.2019–26–2.106-112

Віктор Лабунець
Viktor Labunets

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

PEDAGOGICAL CONDITIONS OF PREPARING FUTURE MUSIC TEACHERS TO INNOVATIVE ACTIVITY

Стаття знайомить з поняттям "інновація"; розкриває його зміст і сутність, доводить необхідність творчого розвитку сучасного вчителя музичного мистецтва шляхом впровадження інноваційних технологій в освітній процес. Розглядаючи інноваційну діяльність як найвищу ступінь педагогічної творчості майбутнього вчителя музичного мистецтва, яка забезпечує модернізацію різних ланок загальноосвітньої, музичної освіти і сприяє розвитку сталого інтересу до опанування і впровадження в музично-педагогічну практику інноваційних технологій, автор звертає увагу на вагомість нашої проблеми в системі сучасної фахової підготовки студентів.

Визначено педагогічні умови підготовки майбутніх учителів музичного мистецтва до інноваційної діяльності, до яких віднесено: науково-методичні; кадрові; нормативно-процесуальні; інформаційно-комунікаційні; організаційні; навчально-технологічні; управлінські; психолого-педагогічні.

Ключові слова: інноваційна діяльність, педагогічні умови, інтеграція, інтерактивні засоби навчання, педагогічна технологія.