

Research methodology. It is compared the actual studying programs on Ukrainian music history, the papers related to issues of national musical educations and the instructive publications of the last century. Analysis and classification scheme as well as hystoriographic and comparative methods are used in the paper.

Results. The soviet legacy is still determining the educational programs on Ukrainian music at speciale schools of Ukraine. The articles in soviet magazines «Music of masses» and «Soviet music» elucidate the reasons of absences some art periods and composers in the actual school subject «Ukrainian music». Based on scientific, pedagogical and instructive publications by Ukrainian musicians S. Liudkevych, M. Hrinchenko, F. Kolessa, V. Barvinskyi, H. Terletskyi, I. Levytskyi and etc. it is studyied the important principles of Ukrainian music teaching. The fundamentals of modern teaching on Ukrainian music should be the continuity, the step-by-step movement, the complementariness, the vital-meaningness and the variability. Three levels in studying of Ukrainian music are the primary (the propaedeutic), the basis and the central ones. They are characterized by their own features, goals and methods of educational and cognitive activity.

Novelty. It is defined the basis ideas of Ukrainian music teaching at the secondary speciale music schools of Ukraine. The end-to-end training scheme of Ukrainian music and its specific features on the different educational levels are considered.

The practical significance. Ukrainian pedagogs can use the results of this research to develop the new national concept of school subject «Ukrainian music» and textbooks for it.

Key words: artistic education of Ukraine, music school, Ukrainian music, Ukrainian music history.

Надійшла до редакції 30.11.2017 р.

УДК 378.1:373.61

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ТА КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОСВІТИ

Тадля Олександр Миколайович, старший викладач кафедри шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
tadlya@ukr.net

Здійснено обґрунтування якості креативної освіти, необхідної для організації освітньої програми, у т.ч. підготовки менеджерів соціокультурної сфери. Автором розглядаються методологічні підходи до визначення сутності поняття «інновація», «креативність». Проаналізовано погляди щодо ролі інноваційного підходу в освітньому процесі закладу вищої освіти. Акцент зроблено на визначені основних рис креативного менеджера соціокультурної діяльності.

Ключові слова: інновація, інноваційний підхід, креативність, креативна освіта, інноваційне навчання, менеджмент соціокультурної діяльності.

Постановка проблеми. Інноваційний підхід в освітньому процесі закладу вищої освіти – це не лише підготовка студентів до певного виду економічної діяльності, а й формування необхідного мислення особистості для аналізу, бачення і вирішення системи координат, певного кола актуальних проблем, що ставляться перед організацією, у якій буде здійснювати свою діяльність майбутній фахівець соціально-культурної сфери. Це не стільки накопичення суми певних знань із різноманітних академічних дисциплін протягом чотирьох, п'яти років навчання, скільки розвиток навичок та здібностей, здатних спонукати творчу діяльність, що, у свою чергу, формує інноваційний потенціал особистості в оволодінні потрібними знаннями. Досягнення місії та цілей організації в умовах конкурентної ринкової економіки залежить у першу чергу від якості управління, тобто потребує залучення до цього процесу кваліфікованих фахівців із менеджменту. Ефективна діяльність у реаліях сьогодення та гнучке пристосування організації до змін, можливе на підґрунті вирішення стратегічних і тактичних завдань, що передбачають необхідність освітньої підготовки та підвищення кваліфікації управлінських кадрів, здатних реалізувати сучасні підходи, у т.ч. і у менеджменті соціокультурної сфери.

Таким чином, враховуючи вище зазначене, темою нашого дослідження є проблема, що розкриває сутність інноваційного підходу та креативних технологій освіти у менеджменті соціокультурної діяльності.

Останні дослідження та публікації. На сьогодні питання ролі інновацій в економічній системі, аналіз проблем інноваційного підходу, освіти менеджерів, орієнтовані на креативні технології посіли одне з провідних місць у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних учених. До них, передусім, належать праці Г. Козлова, Н. Лисенкової, Ф. Ніксон, А. Пригожина, Б. Санто, Б. Твісс, Р. Фатхутдінова, Й. Шумпетера. Інноваційно-креативний компонент зазначається в працях Дж. Гілфорда, А. Морозова, Д. Лук'яненко, О. Тітова, Е. Торранса. Соціокультурні й креативні

освітні чинники формування професійної компетентності майбутніх фахівців менеджерів соціокультурної сфери в дослідженнях С. Костильова, Н. Сапельнікова, Д. Солохи, В. Степанова, А. Татарнікова. Незважаючи на значне накопичення знань та теоретичних концепцій, ще відсутня узагальнююча теорія з інновації, існують розбіжності з ряду важливих методологічних питань, тлумачення основних категорій з креативних технологій освіти у менеджменті соціокультурної діяльності.

Метою дослідження є висвітлення інноваційного підходу та встановлення основних напрямів креативної освіти, необхідної для її реалізації в просторі закладу вищої освіти з підготовки фахівців з менеджменту соціокультурної діяльності.

Виклад матеріалу дослідження. Досліджуючи основи інноваційного підходу необхідно приділити увагу терміну «інновація», який походить від англійського слова «innovation», що в перекладі означає «нововведення» або «втілення у життя нових ідей, новаторства». Термін «інновація» вперше дослідив та обґрунтував австрійський (згодом американський економіст) Й. Шумпетер (Joseph Alois Schumpeter) (1883-1950 рр.), у своїй роботі «Теорія економічного розвитку» (1911 р.), до речі у 1909–1911 рр. він був професором Чернівецького університету. Згідно Й. Шумпетеру є п'ять типів нових комбінацій змін або інновацій: 1) виробництво нового продукту, чи відомого продукту в новій якості; 2) впровадження нового методу виробництва; 3) залучення для виробничого процесу нових джерел сировини; 4) освоєння нового ринку збуту; 5) впровадження нових організаційних форм [15; 159]. Існують деякі розбіжності у визначенні самого поняття «інновація».

А. Пригожин вважає, що інновації зводяться до розвитку технології, техніки, управління на стадіях їх зародження, освоєння та дифузії на інші об'єкти [8; 44]. Б. Твісс зазначає, що інновація – це процес, в якому винахід або ідея набувають економічного змісту [17; 116]. За визначенням Р. Фатхутдінова «інновація» – кінцевий результат впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління та отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту. [13; 52]. Ф. Ніксон робить висновок, що інновація – це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що призводять до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і устаткування [6; 164]. За Б. Санто, інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який шляхом практичного застосування ідей та винаходів призводить до створення кращих за властивостями виробів, технологій, і в випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий продукт [9; 98]. Згідно міжнародних стандартів поняття «інновація» визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержала втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, що впроваджений на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг [6; 167].

Таким, чином проведений нами аналіз різних визначень, приводить до висновку, що «інновація» – це підсумковий кульмінаційний результат діяльності організації або особистості, що створює та презентує новий продукт на ринку товарів чи послуг розглядаючи його як в технологічному процесі створення, так і в системі (статика – дії), або вносить зміни і вдосконалює існуючий продукт, уже впроваджений на ринок.

На наш погляд, перевагами інноваційного підходу, що є продовженням і розвитком системного та ситуаційного підходу в менеджменті є єдина універсальна основа, можливість сполучення новітніх теоретичних розробок і практичного застосування їх для підвищення ефективності; шлях ефективного розвитку на основі прогнозування; використання колективної єдності. Система управління на засадах інноваційного підходу також урахує динаміку інноваційних процесів, на основі чого формуються відповідні зміни у структурі управління [11; 73–74]. Система управління організації на основі інноваційного підходу має на меті поетапне забезпечення високих темпів розвитку та зростання ефективності діяльності організації і його підрозділів. Діяльність із такою системою управління є найбільш ефективною формою, що, відповідно, позначається і на механізмі управління. В цьому механізмі головна увага має бути приділена інноваційним завданням, функціям управління та відповідному моделюванню системи управління на засадах інноваційного підходу.

Таким чином, розгляд закономірностей та принципів формування системи управління в менеджменті соціокультурної сфери на засадах інноваційного підходу дозволяє виробити чітку систему методів розробки та реалізації креативних технологій [4; 39–54].

У практиці закладів вищої освіти інноваційний підхід знаходить своє втілення у так званій креативній освіті [5]. Термін «креативність» (від лат. creature – творення) набув поширення у 60-ті рр. ХХ ст., після публікацій робіт Дж. Гілфорда (1967) [16], завдяки яким фактично народжується сучасна

психологія креативності. Дж. Гілфорд та його співробітники виділили 16 гіпотетичних інтелектуальних здібностей, які характеризують креативність. Серед них: швидкість (кількість ідей, що виникають за деяку одиницю часу); гнучкість (здатність швидко переключатися з однієї ідеї на іншу); оригінальність мислення (здатність продукувати ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих); допитливість (підвищена чутливість до проблем, що не викликають інтересу в інших); іррелевантність (логічна незалежність реакцій від стимулів) [16; 328–331]. Для Е. Торранса (1979 р.) [18], креативність – це здібність до загостреного сприйняття недоліків у знаннях та елементах, яких бракує. Він запропонував модель креативності, що містить у собі три чинники: швидкість (продуктивність), гнучкість, оригінальність. Критерієм творчості, на його переконання, є не якість результату, а характеристики й процеси, що активізують творчу продуктивність [7; 25]. У сучасний період терміном «креативність» позначають процес і продукт творення чогось нового; його суб'єкт та обставини, в яких творчий процес відбувається; чинники, що його обумовлюють. Під поняттям «креативний» розуміється творча людина, схильна до нестандартних способів розв'язання завдань, здатна до оригінальних і нестереотипних дій, відкрито нового, створення унікальних продуктів [3; 266].

Таким чином, креативність – це здатність породжувати екстравагантні ідеї, відхилитися від звичних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації [14; 225], у той час як творчість – це процес, діяльність, результатом якої є створення нових матеріальних і духовних цінностей.

Креативна освіта у системі закладу вищої освіти має низку відмінних якостей:

1) освітній процес побудований на системній основі, що проявляється у односпійній цілісності та взаємному доповненні отримуваних знань, коли гармонійна структура знань особистості студента генерує та заохочує творчість, є фундаментом для ефективного нарощування професійних знань;

2) технологія освітнього процесу, формує у свідомості студентської молоді певних професійних взаємовідносин, та їх практичну значущість у реальних ситуаціях;

3) методи передачі та отримання знань, метою застосування яких є не лише навчання управлінським операціям професійної діяльності, а вивчення особистісного фактору в співвідношенні сукупності цих операцій;

4) в освітній діяльності набули значного поширення методи інтерактивного навчання: ділові ігри, диспути, «круглий стіл», прес-конференція, «мозкова атака», кейси, ігрове проектування, робота в малих групах, презентації, що формують і втілюють у життя раціональне зерно технологій освіти і не зосереджуються лише на засвоєнні навчальних дисциплін фундаментального циклу;

5) головним чинником її побудови та методичного забезпечення є проблема, яку потрібно розв'язати менеджеру організації. [1; 187].

Таким чином, можна зробити висновок, що креативна освіта орієнтована на розвиток творчих здібностей майбутнього фахівця, реальне осмислення власної індивідуальності, саморозвитку та закріплення в професійній свідомості установок на пошуки інновацій, аналізу проблем і різновидів діяльності.

Діяльність менеджера соціокультурної діяльності – це вирішення актуальних проблем і лише в їх рішенні він використовує знання та бачить їх закономірність і значущість [10; 33–41]. Принцип проблемного навчання реалізується в методиці представлення знань, що надаються в основному не у вигляді сталих загальноприйнятих положень, трафаретів, шаблонів, апробованих рекомендацій, безперечних трактувань тощо, а у вигляді постійного циклічного операційного процесу, в якому головну роль відіграє насущна проблема та різноманітні шляхи її вирішення.

Важливою ознакою креативної освіти є її мотивація (з лат. *movere*) – спонукання до дії. Мотиваційними чинниками можуть бути: реалізація особистих здібностей з використанням уяви, фантазії та інтуїції; застосування для фахових цілей ерудицію, життєвий досвід, професійні амбіції, або потреба в актуальних знаннях і навичках згідно вимог сучасної професійної діяльності. При організації підготовки менеджерів варто врахувати, що у процесі своєї професійної діяльності вони виступають у тій чи іншій ролі. На практиці усі ці ролі реалізуються в певних комбінаціях [12; 344–352]. Тому освіта повинна бути орієнтована не лише на функції діяльності, але й на роль сучасного менеджера. Ось тут виникає потреба і необхідність у креативній освіті, тому що лише вона здатна орієнтувати на ролі генератора ідей [1; 188].

Таким чином, креативна освіта є найважливішою умовою та критерієм якісної підготовки сучасних менеджерів соціокультурної діяльності; це освіта майбутнього, що народжується сьогодні.

Принципи і характеристики інноваційного навчання менеджерів соціокультурної діяльності в останній час знаходять свою реалізацію у компетентнісному підході до організації освітньої діяльності, при якому основною метою стає формування на основі здібностей і мотивів кожним

студентом свого діапазону і глибини особистих та професійних якостей – компетенції [12; 345–346]. Компетенції нині є відправною крапкою при створенні навчального плану і навчальних програм, вибору методик навчання і способів діагностики якості освіти. Тому під «інноваційним менеджментом» [13], розуміємо мистецтво управління змінами впродовж його життєвого циклу з використанням для цього новітніх підходів у технології соціокультурної сфери та іншої новаторської діяльності [2]. Мистецтво інноваційного управління, на наш погляд, означає більш широке поняття, що включає в себе гармонійне поєднання наукових розробок та інноваційного підходу до їх реалізації в динаміці креативної діяльності і розвитку організації [3; 80–84]. На сьогоднішній день інноваційний підхід повинен бути обов'язковим елементом менеджменту будь-якої організації соціокультурної сфери. У зв'язку з цим відзначимо, що Київський національний університет культури і мистецтв здійснює підготовку фахівців галузі знань: 02 – «Культура і мистецтво», спеціальність: 028 – «Менеджмент соціокультурної діяльності», спеціалізація: «Менеджмент шоу-бізнесу», покликаної сприяти формуванню цілісного і системного управлінського світогляду студента, стимулювати розвиток лідерської, підприємницької і громадянської позиції майбутнього фахівця, здатного захищати культурні цінності та просувати економічні інтереси України у конкурентному національному й міжнародному середовищах. У системі компетенції менеджера відповідно до основних сфер і особливостей його професійної методик діяльності виділяються такі їх групи: функціональні компетенції, соціальні компетенції, інтелектуальні компетенції, ситуативні компетенції. Реалізація компетентного підходу до організації освітньої діяльності, у т.ч. й до підготовки менеджерів шоу-бізнесу, потребує створення нових форм підтримки навчального процесу.

Унаслідок вивчення дисципліни «Менеджмент шоу-бізнесу» студент повинен знати і розуміти сутність та межі ідентичності предмету; позиціонування культури, мистецтва, шоу-бізнесу у соціокультурному просторі; джерела виникнення й етапи розвитку шоу-бізнесу як певного виду соціокультурної діяльності; внутрішню структуру шоу-бізнесу – його напрями, типи організацій, основні види суб'єктів і типових професій, ключові механізми підприємницької та управлінської діяльності; особливості ринку шоу-бізнесу, його структуру, основні типи його товарів і послуг; засади брендингу та принципи перетворення «звичайного артиста» у «зірку» шоу-бізнесу; будову й функціонування інфраструктури шоу-бізнесу й індустрії розваг; найважливіші історичні події, факти, логіку процесів розвитку світового та вітчизняного шоу-бізнесу.

Підводячи підсумок, слід наголосити на основних рисах майбутнього креативного менеджера шоу-бізнесу, який визначає, втілюючи інноваційний підхід: проблемне бачення світу, працюючи з фактами та об'єктами у сфері шоу-бізнесу; здійснює моделювання ситуацій; провадить продуктивну пізнавальну, комунікаційну та презентаційну активність під час практичних, тренінгових занять; демонструє креативні підходи з використанням уяви, фантазії та інтуїції; ставить і формулює управлінські цілі й завдання; здійснює системне і панорамне сприйняття дійсності, психологічну саморегуляцію, проникливість, інерційність мислення, здатність залучати людей до спільної діяльності, здібність швидко перебудовуватися.

Нові дослідження зазначеної проблеми мають спрямовуватися на уточнення складу елементів системи креативного менеджера та розробку нових інноваційних методів.

Висновки. Проведене дослідження дозволило розв'язати поставлені завдання відповідно до визначеної мети і зробити наступні висновки:

1. Узагальнивши погляди різних учених, не зайве зазначити, що термін «інновація» варто тлумачити як підсумковий кульмінаційний результат діяльності організації або особистості, який створює та презентує новий продукт на ринку товарів чи послуг розглядаючи його як у технологічному процесі створення, так і в системі, або вносить зміни і вдосконалює існуючий продукт, який уже впроваджено на ринок.

2. Функціонування соціокультурної системи та принципів формування системи управління на засадах інноваційного підходу дозволяє виробити чітку систему методів розробки та реалізації креативних технологій. Креативна освіта є найважливішою умовою та критерієм якісної підготовки сучасних менеджерів соціокультурної діяльності; це освіта майбутнього, яка народжується сьогодні і орієнтована на основі аналізу проблем і різновидів діяльності, розвитку творчих здібностей та закріплення в професійній свідомості установок на пошуки інновацій.

3. Сьогодні менеджер стає ключовою ланкою в соціокультурній сфері, а відтак виконує провідну роль, що забезпечує фактично організацію всього процесу реалізації проекту. Менеджмент соціокультурної діяльності можна визначити як діяльність з управління, що здійснюється у сфері

культурних індустрій і полягає в стратегічному мисленні, ідейній розробці, структурній організації, створення художніх цінностей для просування та реалізації товарів і послуг на ринок масового споживання. Креативний менеджер соціокультурної діяльності, що втілює інноваційний підхід, це фахівець, що здійснює: проблемне бачення світу, працюючи з фактами та об'єктами діяльності; провадить продуктивну пізнавальну, комунікаційну та презентаційну активність під час практичних, тренінгових занять; демонструє креативні підходи з використанням уяви, фантазії та інтуїції; ставить і формулює управлінські цілі й завдання; здійснює системне і панорамне сприйняття дійсності, психологічну саморегуляцію, проникливість, інерційність мислення, здатність залучати людей до спільної діяльності, здібність швидко перебудовуватися та досягти цілей організації.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в дослідженні отримано подальший розвиток комплексу рішень, методичних рекомендацій щодо застосування інноваційного підходу та креативних технологій освіти у менеджменті соціокультурної діяльності, здатний забезпечити динамічну та ефективну соціокультурну діяльність організації.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані теоретичні положення можуть бути використані для формування політики управління організаціями культурних індустрій, що дозволить підвищити ефективність роботи як фахівців із менеджменту, так і організації загалом.

Перспективи подальших наукових розвідок полягають у ґрунтовному дослідженні складу елементів системи креативного менеджера та розробку нових інноваційних методів соціокультурній сфері.

Список використаної літератури

1. **Козлова Г. М.** Освіта менеджерів, орієнтована на інновації. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: зб. матеріалів (міжнар. наук-прак. конф. до 20-річчя кафедри менеджменту) [2–3 лютого 2012 р., м. Київ]. – Київ : КНЕУ, 2012. – С. 186–188.
2. **Костылев С. В.** Технологии арт-менеджмента в структуре социокультурного технологического комплекса / С. В. Костылев // Вестник КрасГАУ. 2014. – № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-art-menedzhmenta-v-strukture-sotsiokulturnogo-tehnologicheskogo-kompleksa> (дата звернення: 25.10.2017).
3. **Лисенкова Н. В.** Інноваційний підхід до розвитку економічних процесів у соціокультурній сфері / Н. В. Лисенкова // International scientific journal. – 2016. – № 4 (2). – С. 80–84.
4. **Лук'яненко Д.** Інноваційно-креативний компонент глобального менеджменту / Лук'яненко Д., Тітова О. // Журнал європейської економіки. – 2017. – Т. 11. – № 1. – С. 39–54.
5. **Морозов А. В.** Формирование креативности преподавателя высшей школы в системе непрерывного образования / А. В. Морозова : дис. ... д-ра пед. наук. – М., 2004. – 445 с.
6. **Пашкус Н. А.** Современные теории управления: теории менеджмента на пороге XXI века / Пашкус Н. А., Пашкус В. Ю., Савельева З. А. – СПб. : Изд. дом «Сентябрь», 2002. – 268 с.
7. **Педагогика:** большая современная энциклопедия. Сост. Е. С. Рапацевич. – Мн. : Соврем. Слово, 2005. – 720 с.
8. **Приймак В.** Концептуальні основи методології управління (теоретичний аспект) / В. Приймак // Вісник КНТЕУ. – Київ : 2001. – № 3. – С. 45–53.
9. **Саито Б.** Инновация как средство экономического развития / Саито Б. – М. : Прогресс, 1989. – 278 с.
10. **Солоха Д. В.** Моделирование системы оцінки ефективності менеджменту соціокультурної діяльності / Солоха Д. В., Сепельнікова Н. Л. // Менеджер. – 2016. – № 2. – С. 33–41.
11. **Степанов В. Ю.** Управління інноваційною діяльністю в соціально-культурній сфері / В. Ю. Степанов // Вісник Харків. держ. акад. культури. – 2014. – № 44. – С. 72–78.
12. **Татарнікова А. А.** Соціокультурні й освітні чинники формування професійної компетентності майбутніх фахівців-музикантів з арт-менеджменту / А. А. Татарнікова // Проблемы современного педагогического образования. – 2016. – № 51–4. – С. 344–352.
13. **Фатхутдинов Р. А.** Инновационный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – С-Пб. : Питер, 2002. – 400 с.
14. **Шапар В.** Сучасний тлумачний психологічний словник / В. Шапар. – Харків : Прапор, 2005. – 640 с.
15. **Шумпетер Й. А.** Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры) / Й. А. Шумпетер: Пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.
16. **Guilford J. P.** The nature of human intelligence. N. Y. : McGraw-Hill Series in Psychology, 1967. – 538 p.
17. **Mensch G.** Stalemate in technology: Innovations overcome the depression. Ballinger. Cambridge (Massachusetts), 1979. – 212 p.
18. **Torrance E. P.** The Search for Satori and Creativity. Buffalo N.Y.: Creative Education Foundation, 1979. – 321 p.

References

1. **Kozlova H. M.** Osvita menezheriv, oriєntovana na innovatsii. Stratehichni imperatyvy suchasnoho menezhmentu: zb. materialiv (mizhnar. nauk-prak. konf. do 20-richcha kafedry menezhmentu) [2–3 liutoho 2012 r., m. Kyiv]. – Kyiv : KNEU, 2012. – S. 186–188.

2. *Kostulev S. V.* Tekhnolohyy art-menedzhmenta v strukture sotsyokulturnoho tekhnolohycheskoho kompleksa / S. V. Kostulev // Vestnyk KrasHAU. 2014. – № 1. URL: [https:// cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-art-menedzhmenta-v-strukture-sotsiokulturnogo-tehnologicheskogo-kompleksa](https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-art-menedzhmenta-v-strukture-sotsiokulturnogo-tehnologicheskogo-kompleksa) (data zvernennia: 25.10.2017).
3. *Lysenkova N. V.* Innovatsiyni pidkhd do rozvytku ekonomichnykh protsesiv u sotsiokulturnii sferi / N. V. Lysenkova // International scientific journal. – 2016. – № 4 (2). – S. 80–84.
4. *Lukianenko D.* Innovatsiino-kreatyvnyi komponent hlobalnoho menedzhmentu / Lukianenko D., Titova O. // Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky. – 2017. – T. 11. – № 1. – S. 39–54.
5. *Morozov A. V.* Formyrovanye kreatyvnykh prepodavatel'ia vysshei shkoly v systeme nepreryvnoho obrazovaniya / A. V. Morozova : dys. ... d-ra ped. nauk. – M., 2004. – 445 s.
6. *Pashkus N. A.* Sovremennyye teoryi upravleniya: teoryi menedzhmenta na porohe XXI veka / Pashkus N. A., Pashkus V. Yu., Savelieva Z. A. – SPb. : Yzd. dom «Sentiabr», 2002. – 268 s.
7. *Pedahohyka*: bolshaia sovremennaia etsyklopedyia. Sost. E. S. Rapatsevych. – Mn. : Sovrem. Slovo, 2005. – 720 s.
8. *Pryimak V.* Kontseptualni osnovy metodolohii upravlinnia (teoretychnyi aspekt) / V. Pryimak // Visnyk KNTEU. – Kyiv : 2001. – № 3. – S. 45–53.
9. *Santo B.* Ynnovatsiia kak sredstvo ekonomycheskoho razvytiya / Santo B. – M. : Prohress, 1989. – 278 s.
10. *Solokha D. V.* Modeliuvannia systemy otsinky efektyvnosti menedzhmentu sotsiokulturnoi diialnosti / Solokha D. V., Sapelnikova N. L. // Menedzher. – 2016. – № 2. – S. 33–41.
11. *Stepanov V. Yu.* Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu v sotsialno-kulturnii sferi / V. Yu. Stepanov // Visnyk Kharkiv. derzh. akad. kultury. – 2014. – № 44. – S. 72–78.
12. *Tatarnikova A. A.* Sotsiokulturni y osviti chynnyky formuvannia profesiinoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv-muzykantiv z art-menedzhmentu / A. A. Tatarnikova // Problemy sovremennoho pedahohycheskoho obrazovaniya. – 2016. – № 51–4. – S. 344–352.
13. *Fatkhutdynov R. A.* Ynnovatsyonnyi menedzhment / R. A. Fatkhutdynov. – S-Pb. : Pyter, 2002. – 400 s.
14. *Shapar V.* Suchasnyi tlumachnyi psykhologichnyi slovnyk / V. Shapar. – Xarkiv : Prapor, 2005. – 640 s.
15. *Shumpeter Y. A.* Teoriya ekonomycheskoho razvytiya (Yssledovanye predprynimatelskoi prybuli, kapytala y tsykla koniunktury) / Y. A. Shumpeter: Per. s nem. – M. : Prohress, 1982. – 453 s.
16. *Guilford J. P.* The nature of human intelligence. N. Y. : McGraw-Hill Series in Psychology, 1967. – 538 r.
17. *Mensch G.* Stalemate in technology: Innovations overcome the depression. Ballinger. Cambridge (Massachusetts), 1979. – 212 p.
18. *Torrance E. P.* The Search for Satori and Creativity. Buffalo N.Y.: Creative Education Foundation, 1979. – 321 r.

MANAGEMENT OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY: INNOVATIVE APPROACH AND CREATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES

Tadlyia Oleksandr, Senior Lecturer of the Department of Show Business
Kiev National University of Culture and Arts, Kyiv

The article substantiates the quality of the creative education necessary for the organization of an educational program, including the preparation of managers of the sociocultural sphere. The author examines methodological approaches to the definition of the essence of the concept of «innovation», «creativity». The views on the role of the innovative approach in the educational process of the institution of higher education are analyzed. The emphasis is on certain key features of the creative manager of sociocultural activity.

Key words: innovation, innovative approach, creativity, creative education, innovative teaching, management of sociocultural activity.

UDC 378.1:373.61

MANAGEMENT OF SOCIO-CULTURAL ACTIVITY: INNOVATIVE APPROACH AND CREATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES

Tadlyia Oleksandr, Senior Lecturer at the show business department,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The purpose of the article. The purpose of our research is to highlight the innovative approach and identify the main areas of creative education necessary for its implementation within the framework of a higher educational institution in the training of specialists in the management of socio-cultural activities. The following tasks are needed for this purpose: to consider methodological approaches to the definition of the essence of the concept of «innovation», «innovative approach», «creative», «creative technologies of learning»; analyze the principles that should be guided by the manager of the socio-cultural sphere in the process of performing organizational and managerial functions.

Research methodology. The methodological bases of the research became the fundamental positions of domestic and foreign scientists devoted to the problems of management in the organizations conducting their practical activities, including in the socio-cultural sphere. During the study, methods of analysis, synthesis, abstract-logical and terminological methods were used. The information base of the study served as researchers of both economic and cultural, pedagogical sciences, reference resources of the Internet.

Results. The conducted studies allowed to solve the tasks in accordance with the stated purpose and make the following conclusions: 1. Summing up the views of various scholars, it should be noted that the term «innovation» should be interpreted as the last culmination of an organization or person who creates and presents a new product in the market of goods or services, taking into account both the technological process of creation and the organization's system, or makes changes and improves the existing product that has already been introduced to the market. 2. The functioning of the socio-cultural system and the principles of a management system based on an innovative approach allow us to develop a clear system of methods for the development and implementation of creative technologies. Creative education is the most important condition and criterion for the qualitative preparation of modern managers of socio-cultural activities. It is the upbringing of the future, which is born today, and is guided by an analysis of problems and varieties of activity, the development of creative abilities and consolidation in the professional consciousness of installations in search of innovations. 3. Today the manager becomes a key link in the socio-cultural sphere, and, therefore, plays a leading role in providing, in essence, the organization of the whole process of project implementation. Management of social and cultural activities can be defined as management activity in the field of cultural industry, consisting of strategic thinking, ideological design, structural organization, creation of artistic values for the promotion and sale of goods and services to the mass consumer market. The creative leader of socio-cultural activity, which determines the innovative approach, is a specialist who carries out: productive cognitive, communicative and presentation activity, using imagination, fantasy and intuition; formulates the purpose, task of management; reaches the mission and goals of the organization.

Novelty. The scientific novelty of the results obtained is that the study received further development of a complex of decisions, methodological recommendations for the application of innovative approach and creative learning technologies in the conduct of socio-cultural activities. What can provide a dynamic and effective socio-cultural activities of the organization.

Practical meaning. The practical significance of the results obtained is that the proposed theoretical positions can be used to formulate a policy of management of organizations of the cultural industry, which will increase the efficiency of both management specialists and organizations in general. Prospects for further research – this is a thorough study of the elements of the creative manager system and the development of new innovative methods in the socio-cultural sphere.

Key words: innovation, innovative approach, creativity, creative education, innovative teaching, management of sociocultural activity.

Надійшла до редакції 5.11.2017 р.