

Kraiovoho komitetu SShA dlia vyznannia Holodomoru Henotsydom 1932–33 rr. // *Mist*. – 2013. – 17 zhovtnia; Chasto P. Posviacheno narizhnyi kamin pam'iatnyka zheravam Holodomoru / Petro Chasto // *Svoboda*. – 2013. – №50. – S.1, 5.

5. Kovalchuk O. O. Holodomor 1932–1933 rr. V URSR i ukrainska diaspora Pivnichnoi Ameriky: informatyvi aspekty / O. O. Kovalchuk. – URL: <http://history.org.ua/JournALL/xxx/14/24.pdf>

6. Kostenko L. Spomyн pro Holodomor ob'iednav ukrainsiv svitu / Larion Kostenko // *Mist*. – 2014. – 26 lystopada.

7. Mahrytska I. Bez 1933–ho ne bulo b 2014–ho / Iryna Mahrytska // *Svoboda*. – 2015. – №5. – S.6, 12.

8. Marochko V. I. Kontsepsii zachidnoieuropeiskoi ta rosiiskoi istoriohrafii / V. I. Marochko // *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*. – 2003. – №5. – S.125–144.

9. Mukhina M. Iu. Upokorennia holodom / M. Iu. Mukhina // *Arkhivy Ukrainy*. – 1993. – №1–3. – S.16–34.

10. Na misti sporudzhennia pam'iatnyka zheravam Holodomoru zaklaly kamin // *Mist*. – 2013. – 11 hrudnia.

11. Nedoshytko I. R. Ukrainska diaspora USA u derzhavotvorchykh protsesakh v Ukraini (1991–2011 rr.): avtoref. dys. ... kand. ist. nauk: 07.00.01 / Nedoshytko Iryna Romanivna; Ternop. nats. ped. un–t im. Volodymyra Hnatiuka. – Ternopil, 2013. – 20 s.

12. Pyrih R. Ia. Dokumenty z istorii holodu u fondakh arkhivoshovyshch Ukrainy / R. Ia. Pyrih // *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*. – 2003. – №5. – S.82.

13. Khmelkovskiy L. 30 rokov tomu u SShA pochalosia doslidzhennia Holodomoru / Lev Khmelkovskiy // *Svoboda*. – 2014. – №42. – S.6, 18.

14. Chekaliuk V. V. Presa diaspori USA yak komunikatyvnyi chynnyk formuvannia identychnosti ukrainsiv (1939–2005): avtoref. dys. ... kand. nauk z sots. komun.: spets. 27.00.01 / Chekaliuk Veronika Vasylivna; Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni T. Shevchenka. – K., 2008. – 13 s.

Bilovus L. I., Candidate of Philological Sciences, Association Professor, Ternopil National Economic University (Ukraine, Ternopil), Lesya_Bilovus@i.ua

Ukrainian-language periodical of the USA about the role of the Ukrainian diaspora in spreading information about the Holodomor

The problem of the Holodomor of 1932–1933 has always been and is in the sight of the Ukrainian diaspora, beginning with the tragic events and for decades, when even the very fact of the famine was suppressed on the mainland, and even then during the period of the establishment of Ukrainian statehood. An important role for the reproduction of a coherent picture of the events of 1932–1933 in Ukraine and abroad is played, in particular, by published materials in the Ukrainian diaspora periodicals. These sources allow us to disclose little-known facts in Ukraine. The research is devoted to the analysis of the Ukrainian-language periodicals of the USA concerning the active activity of the Ukrainian diaspora in the direction of informing the world community about the tragedy in the history of Ukraine of 1932–1933, the efforts to recognize the Holodomor as genocide against Ukrainians.

Keywords: Ukrainian-language periodicals, Ukrainian Diaspora, Holodomor, Ukraine.

УДК 930.85+640.41

Олійник О. М., асистент кафедри готельно–ресторанного бізнесу факультету готельно–ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна, Київ), oksana_oliinyuk@ukr.net

Лінейцева Н. В., викладач, Львівський коледж Київського університету культури (Україна, Львів), leila558@i.ua

ІСТОРИОСОФІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ: НОТАТКИ ДО ДІАЛЕКТИКИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Здійснена спроба окреслити діалектику суспільного розвитку у проблемному полі історіософії гостинності в Україні і світі. Висловлено переконання про зміну векторів соціально–економічного розвитку: від

домінанти матеріального виробництва до ключової ролі сфери послуг – індустрії гостинності. Наголошено на потребі вивчення внутрішнього світу людини як суб'єкта виробництва, що своїми цінностями і перевагами визначає напрями й умови формування багатства сучасного суспільства. Індустрія гостинності – вагомий фактор соціально–економічного розвитку країни в умовах глобалізованого світу.

Ключові слова: історіософія, історія гостинності, індустрія гостинності, сфера послуг, діалектика, культура, суспільний розвиток.

Історія світу на фактичному матеріалі переконує, що техніко–технологічна сфера, закони економіки і людський капітал (фактор) – це складові розвитку, що тісно пов'язані між собою та взаємодіють. Суспільно–економічний розвиток в Україні і світі свідчить та актуалізує пошук нових підходів до власне форм пізнання і характеру суспільного розвитку.

Йдеться про роль знання і інформації, як інтелектуального капіталу концепції розвитку індивіду в індустрії гостинності, як багатоплановій та багатофункціональній галузі суспільного буття глобалізованого світу. Зростання ролі індустрії гостинності, як складової соціально–економічних перетворень ХХІ ст., актуалізує вивчення історії гостинності України у світовому контексті через необхідність висвітлення і усвідомлення закономірностей історико–економічного розвитку України, що є суб'єктом світової цивілізації.

Історіографія питання багатогранна і різнопланова [1–2]: так, проблемам вивчення концепції людського капіталу присвячена низка робіт, зокрема ґрунтовні дослідження українського науковця досліджена Любові Іванівни Тертичної [3–4]. Діяльність, що пов'язана з індустрією гостинності розглядається як така, що в умовах розвитку глобалізаційних процесів [5–7], і значного переміщення людей перетворюється на новий вид індустрії. Проблема комплексного функціонування індустрії гостинності, як системи суспільного прогресу досліджено не достатньо.

Метою публікації є спроба охарактеризувати аспекти індустрії гостинності в умовах глобалізованого світу через визначення її місця і ролі; виявити взаємозв'язок з матеріальною і нематеріальною сферами виробництва; окреслити діалектику суспільного розвитку у проблемному полі історіософії гостинності в Україні і світі.

Інтеграція складових соціально–економічного життя України до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємовідповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства, адже стабільність і сталість – класичні складові у вимірі успіху в індустрії гостинності.

Для успішного функціонування індустрії гостинності необхідно взяти за основу програма розвитку, прогнозування, адекватні міри пристосування до вимог зовнішнього середовища, конкурентні переваги. Бізнес має бути належним чином організований, на основі чітко визначених умов розвитку підприємства, що обумовлює необхідність наукових пошуків на сучасному науковому підґрунті [8]. Необхідно коригуватись контентом «потужність–зацікавленість» для отримання власного сегменту зацікавлених сторін, щоб допомогти вирішити ряд контрольних напрямів в окресленому аналізі.

Індустрія гостинності – це дуже широкий контент соціально–економічного розвитку держави. Не завжди легко визначити саме поняття «індустрія гостинності» [9]. Сучасна індустрія гостинності дуже різноманітна за рахунок інновацій, власності, класифікації та системи оцінювання, питання лідерства [10] рівня обслуговування і т.д.

Визнані фахівці бренд–компаній індустрії гостинності переконливо доводять, що сучасні розвинуті країни у міру зростання залежності від різних джерел інформації – економічного характеру, політичного, технічного, – стали відчувати потребу у відповідному ресурсі, який би дозволяв, наприклад, ефективно передавати, переробляти і зберігати напрацьований потенціал підприємства. Самореалізація людей проявляється в їх технічному та соціальному пошуку, у створенні нових систем виробництва та управління, однак вирішальне значення продовжують відігравати матеріалізовані результати та наслідки творчої діяльності. У цьому сенсі, індустрія гостинності – одна із складових техніко–технологічного майбуття соціуму.

Науковці прогнозують, що серед основних ознак нової стадії суспільного прогресу вирізнятиметься поступовий перехід від домінантної матеріального виробництва до ключової ролі сфери послуг. Суспільствознавці все більше звертаються до вивчення внутрішнього світу людини як суб'єкта виробництва, носія суб'єктивованих знань, як особистості, що своїми цінностями і перевагами визначає напрями й умови формування благ індивіду, соціуму, держави [11, с. 24–25]. Щоб виграти двобій з конкуренцією необхідно орієнтуватися на маркетингову стратегію і надавати якісний сервіс: контролювати те, що відбувається навколо, скажімо готельного бізнесу; мати досконалий менеджмент.

У XXI ст. ведення бізнесу все більш зорієнтоване та будується на основі корпоративної соціальної відповідальності. Термін «корпоративна соціальна відповідальність» екстраполює означення й на багато інших дотичних термінів, наприклад «корпоративна етика», «корпоративна відповідальність», «корпоративний бізнес» та ін.

Якщо бізнес вибудовує етично–соціальні складові своєї діяльності та інтегрує їх у свою бізнес–модель, то це в кінцевому результаті, трансформується у саморегулюючий механізм, який спрямовує, контролює і забезпечує дотримання законності, професійної етики і норм при здійсненні підприємницької діяльності, що забезпечує обслуговує інтереси зовнішніх і внутрішніх зацікавлених сторін. Іншими словами, мета соціально–відповідального бізнесу досягається тоді, коли його діяльність відповідає або перевершує очікування всіх зацікавлених сторін.

Корпоративну соціальну відповідальність можна охарактеризувати за критеріями такими як – економічна, правова, етична і дискреційна відповідальності. Так, економічна відповідальність: інститут «бізнес» – це, перш за все, основний економічний осередок суспільства.

Юридична відповідальність: цей сегмент характеризує суспільно важливий аспект корпоративної поведінки. Бізнес має виконувати свої економічні цілі (плани, стратегії) у межах правового поля: скажімо, правові вимоги громади, що нині формується в сучасній Україні, державних органів влади, регулюючих органів.

Організації, які свідомо порушують закон, порушують взаємозв'язок виконавців у цій категорії: навмисне виробництво неякісного товару або послуг, незаконні проведення робіт і т.д. Правові санкції можуть включати в себе також і публічні вибачення, і корпоративні вибачення.

Етична відповідальність: це поведінка, яка не обов'язково закріплена в законах (нормативно–правових актах) та не може слугувати прямим економічним інтересам організації. Етична відповідальність осіб організації має базуватись на принципах рівності, справедливості й неупередженості, поваги прав особистості та ін.

Дискреційна відповідальність: є суто добровільною, і керуючись етикою бізнесу, підприємство може вносити внески до соціального контенту, що не передбачені податковою системою та іншими фіскальними органами країни. Дискреційна відповідальність – це вищий критерій соціальної відповідальності, тому що вона виходить за межі соціальних очікувань, щоб сприяти добробуту спільноти.

Індустрія гостинності загалом і готельно–ресторанний бізнес зокрема – це той сегмент історіософії культури державної політики, що репрезентує, об'єднує інформаційний, світоглядний і комунікативний контексти держави, які в свою чергу спрямовані на задоволення потреб як громадян країни, так і іноземців. Успішність розвитку готельно–ресторанного бізнесу в Україні визначається ринковими умовами, але значною мірою залежить від діалектики суспільного розвитку.

Однією з найбільших проблем у веденні бізнесу є сталість, стійкість підприємства. Кожній компанії доводиться шукати шляхи, за допомогою яких стійкість може бути досягнута за допомогою бізнес–практик. Сталий розвиток важливий не тільки для суспільства – це дуже важливо для успіху бізнесу, особливо індустрії гостинності. Є багато ризиків бізнес–операцій, як внутрішньосегментні так і світового масштабу: бідність, глобальне потепління, зміна клімату, локальні воєнні конфлікти, прихована інформаційна реклама, тому їх необхідно вирішувати, а не приховувати чи відкладати заради економічного зиску.

Сьогодні, клієнти індустрії гостинності обізнані, обачні, вимогливі. Високий рівень конкуренції – це проблема глобалізованого світу XXI ст. якою не можна нехтувати. Динаміка конкуренції має розглядатись у сегменті ціноутворення, брендингу та франчайзингу. Тому, питання про роль суб'єктної константи в розвитку індустрії гостинності має по суті глобальний характер. Майбутнє індустрії не може мислитись поза присутністю в ньому інтелектуального суб'єкта.

Поведінкова активність суб'єктів на індивідуальному рівні спрямована переважно на пошук шляхів, що дають змогу ліквідувати невідповідності між наявністю потреб і відсутністю, недоступністю засобів їхнього задоволення. Причому, оскільки суспільні трансформації мають загальний характер, люди, незалежно від їхнього бажання чи ступеню готовності до такої активності, задіяні до процесу автоматично.

Якщо говорити про індустрію гостинності, як сферу послуг, як про вагомий сектор у сучасній економіці країн зі стаючою економікою, потрібно звернути увагу на те, що ця сфера відіграє важливу роль у будь–якому

суспільстві. Так, найбільш чисельну професійну групу у Великій Британії кінця XIX ст. становили домашні, особисті, хатні та ін. суміжні послуги. У Франції частка зайнятих у сфері послуг на початок 30-х років XX ст. становила близько 2 млн. чол. У США кількість зайнятих у промисловому секторі ніколи не перевищувала чисельності працівників сфери послуг [11–12].

У доіндустріальному та індустріальному суспільствах сфера послуг не була однорідною. Якщо в доіндустріальному суспільстві домінували особисті послуги, то в індустріальному суспільстві акцент змінився у бік послуг, що відігравали допоміжну роль стосовно виробництва, а також фінансових послуг. У постіндустріальному суспільстві ця сфера починає домінувати в структурі професійної діяльності [12].

Дж. Белл, зокрема включає до цього сегменту торгівлю, фінанси, транспорт, охорону здоров'я, індустрію розваг, а також сфери науки, освіти і управління» [13]. Таким чином, в умовах технологічної ери XXI ст. сфера послуг значно розширює свої межі і зазнає відповідних трансформацій, які зумовлюють докорінні зміни в галузі зайнятості робочої сили. А всесвітня електронна мережа розширює і прискорює можливості індустрії гостинності.

Індустрія гостинності – вагомий фактор економічного, соціального, промислового розвитку країни, її технологічної сили в умовах глобалізованого світу. Інвестиції у людський капітал необхідно використовувати і повністю оптимізувати для короткотривалих, середніх, довготривалих переваг і зиску.

Для вирішення означених проблем фахівцям індустрії гостинності необхідно вивчати і використовувати альтернативні стратегії фінансування міжнародної індустрії гостинності. Необхідно проводити кампанії на задоволення потреб клієнта і стратегічної діяльності з тим, щоб залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку, використовувати соціальні медіа-платформи, керувати своїми витратами.

Задоволення потреб клієнтів – один із найважливіших аспектів індустрії гостинності, що потребує постійного і швидкого удосконалення, інновацій, кропіткої співпраці і залучення зацікавлених сторін бізнесу. Тож, реструктуризація та диверсифікація виробництв з використанням наявного потенціалу та перерозподілом робочої сили – наслідок незбалансованості інтересів та кваліфікаційних можливостей робочої сили, з одного боку, та пропозицій ринку праці – з іншого.

Розвиток індустрії гостинності в Україні – один з шляхів, що дозволить державі вирішити ряд нагальних проблем, це власний, зорієнтований на громадянина, шлях, що дозволить швидко зробити фінансові капіталовкладення в економіку і вирішити вузол соціальних проблем: від міграційних потоків до самореалізації українця. Це власний інноваційний шлях розвитку на основі залучення і використання досягнень науки і техніки. Перед світовою економічною системою сучасності відкриваються нові перспективи, що пов'язані з удосконаленням постіндустріального суспільства, оволодінням людством новими видами енергії, новими технологіями, прискореним становленням новітніх виробництв і галузей, серед яких чільне місце займає індустрія гостинності.

Список використаних джерел

1. Аветісова Д. С. Проблема диференціації лексики індустрії гостинності в англійській та українській мовах [Електронний ресурс] / Д. С. Аветісова. – Держава та регіони: Серія: Гуманітарні науки. – 2009. – №1–2. – С.111–115. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Dtr_gn/2009_1-2/index.html
2. Чухно А. Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку / А. Чухно // Економіка України. – 2002. – №11. – С.48–55; №12. – С.61–67.
3. Тертична Л. І. Єдність і взаємовплив менеджменту та інтелектуального капіталу компанії / Л. І. Тертична // Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер.: Економічні науки. – 2010. – Вип.20. – С.11–18. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2010_20_5
4. Тертична Л. І. Особливості інвестицій в інтелектуальний капітал підприємства [Текст] / Л. І. Тертична, В. М. Василенко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property: збірник наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2010. – Т.1. – С.121–125.
5. Бойко М. Г. Методичні аспекти формування програми розвитку підприємств готельного господарства [Текст] / М. Г. Бойко // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України: Науково-практичний збірник / Акад. праці і соц. відносин Федерації профспілок України. – Київ: Курс, 2005. – 2 (30) 2005. – С.51–59.
6. Дишкантюк О. В. Теоретичні основи функціонування індустрії гостинності [Електронний ресурс] / О. В. Дишкантюк // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – №6 (22). – С.96–101.
7. Мандзяк О. М. SWOT-аналіз, як проєктний базис діяльності готельно-ресторанного бізнесу / О. М. Мандзяк, Г. В. Салата // Proceedings of 1st International Scientific Conference «New Horizons: Achievements of Various Branches of Science». Morrisville, Lulu Press, 2016. – P.128–131.
8. Міддлтон В. Менеджмент туризму / В. Міддлтон. – Москва: Юнити, 2009. – 536 с.
9. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство // Дж. Р. Уокер: пер. с англ. [В. Н. Егорова]. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 735 с.
10. Данилова Т., Салата Г. Світоглядні аспекти феномену лідерства: до постановки проблеми / Т. Данилова, Г. Салата. – Траекторія Науки, [S.l.], v. 3, n. 11, p. 3001–3005 – лис. 2017. – doi:<http://dx.doi.org/10.22178/pos.28-7>.
11. Иноземцев В. Переосмысливая грядущее: Крупнейшие американские экономисты и социологи о перспективах и противоречиях современного развития / В. Иноземцев // Мир экономики и международных отношений. – 1998. – №11. – С.5–26.
12. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В. Л. Иноземцев. – Москва: Логос, 200. – С.54–55.
13. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В. И. Иноземцева / Д. Белл. – Москва: Akademia, 1999. – С.18.

References

1. Avetisova D. S. Problema dyferenciacii' leksyky industrii' gostynnosti v anglijs'kij ta ukrai'ns'kij movah [Elektronnyj resurs] / D. S. Avetisova. – Derzhava ta regiony: Serija: Gumanitarni nauky. – 2009. – №1–2. – S.111–115. – Rezhym dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Dtr_gn/2009_1-2/index.html
2. Chuhno A. Intelektual'nyj kapital: sutnist' formy i zakonornosti rozvytu / A. Chuhno // Ekonomika Ukrainy. – 2002. – №11. – S.48–55; №12. – S.61–67.
3. Tertychna L. I. Jednist' i vzajemovplyv menedzhmentu ta intelektual'nogo kapitalu kompanij / L. I. Tertychna // Visnyk Pryazovs'kogo derzhavnogo tehnicnogo universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky. – 2010. – Vyp.20. – S.11–18. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2010_20_5
4. Tertychna L. I. Osoblyvosti investytsij v intelektual'nyj kapital pidpryjemstva [Tekst] / L. I. Tertychna, V. M. Vasylenko // Teoretychni i praktichni aspekty ekonomiky ta intelektual'noi' vlasnosti = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property: zbirnyk naukovykh prac' / PDTU. – Mariupol', 2010. – T.1. – S.121–125.
5. Bojko M. G. Metodichni aspekty formuvannja programy rozvytku pidpryjemstv gotel'nogo gospodarstva [Tekst] / M. G. Bojko // Visnyk Akademii' prac'i i social'nyh vidnosyn Federacii' profspilok

України: Naukovo-praktychnyj zbirnyk / Akad. praci i soc. vidnosyn Federacij profspilok Ukrainy. – Kyi'v: Kurs, 2005. – 2 (30) 2005. – S.51–59.

6. Dyshkantjuk O. V. Teoretychni osnovy funkcionuvannja industrii' gostynnosti [Elektronnyj resurs] / O. V. Dyshkantjuk // Ekonomika: realii' chasu. Naukovyj zhurnal. – 2015. – №6 (22). – S.96–101.

7. Mandzjak O. M. SWOT-analiz, jak proektnyj bazys dijat'nosti hotel'no-restorannogo biznesu / O. M. Mandzjak, G. V. Salata // Proceedings of 1st International Scientific Conference «New Horizons: Achievements of Various Branches of Science». Morrisville, Lulu Press, 2016. – P.128–131.

8. Middleton V. Menedzhment turizma / V. Middleton. – Moskva: Juniti, 2009. – 536 s.

9. Uoker Dzh. R. Vvedenie v gostepriimstvo // Dzh. R. Uoker: per. s angl. [V. N. Egorova]. – 4-e izd., pererab. i dop. – Moskva: JuNITI – DANA, 2012. – 735 s.

10. Danylova T., Salata G. Svitogljadni aspekty fenomenu liderstva: do postanovky problemy / T. Danylova, G. Salata. – Traektorija Nauki, [S.l.], v. 3, n. 11, p. 3001–3005 – lys. 2017. – doi:http://dx.doi.org/10.22178/pos.28–7.

11. Inozemcev V. Pereosmyslivaja grjadushhee: Krupnejšie amerikanske jekonomisty i sociologi o perspektivah i protivorechijah sovremenogo razvitija / V. Inozemcev // Mir jekonomiki i mezhdunarodnyh otnoshenij. – 1998. – №11. – S.5–26.

12. Inozemcev V. L. Sovremennoe postindustrial'noe obshhestvo: priroda, protivorechija, perspektivy / V. L. Inozemcev. – Moskva: Logos, 200. – S.54–55.

13. Bell D. Grjadushhee postindustrial'noe obshhestvo. Opyt social'nogo prognozirovanija / Per. s angl. pod red. V. I. Inozemceva / D. Bell. – Moskva: Akademia, 1999. – S.18.

Oliynyk O. M., assistant of the hotel and restaurant business department of the hotel–restaurant and tourist business faculty, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine, Kiev), oksana_oliynyk@ukr.net

Lineytseva N. V., teacher, Lviv College of the Kiev University of Culture (Ukraine, Lviv), leila558@i.ua

Historiosophy of the hospitality industry in Ukraine: notes to the dialectics of the social development

The publication attempts to outline the dialectics of the social development in the problematic field of historiosophy of hospitality in Ukraine and worldwide. The conviction on changing the vectors of socio-economic development is expressed: from the dominant material production to the key role of the service sector – the hospitality industry. The need to study the inner world of human as a subject of production who determines the directions and conditions for the formation of the wealth of modern society by its values and advantages is emphasized. Hospitality industry is a significant factor in the country's social and economic development in a globalized world.

Keywords: *historiosophy, hospitality history, hospitality industry, services, dialectics, culture, social development.*

* * *

УДК 94(477)

Михалевич В. В.,
кандидат культурології, доцент кафедри
образотворчого мистецтва, Інститут мистецтв
Київського університету імені Бориса Грінченка
(Україна, Київ), v.mykhalevych@kubg.edu.ua

Братусь І. В.,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри
образотворчого мистецтва, Інститут мистецтв
Київського університету імені Бориса Грінченка
(Україна, Київ), kulturolog@gmail.com

Історичні передумови та перспективи розвитку геймдизайну в Україні

Розглядається розвиток геймдизайну як феномен сучасної популярної культури в Україні. Наголошується на актуальності спеціалістів з геймдизайну

на ринку України. У статті аналізується створення комп'ютерної гри як поле поєднання художньої та технічної сторони творчості.

Ключові слова: *геймдизайн, комп'ютерна гра, комп'ютерний дизайн.*

Кожний період розвитку людства характеризувався «своїми героями», магістральними напрямками розвитку. Історія технологічного ривку тісно пов'язана з зростанням інтересу до інформатизації суспільства. Сучасний ринок праці та реалії життя показують які спеціалісти потрібні сьогодні. «Геймдизайн» це розробка комп'ютерної гри, що сьогодні включає у себе одні з найпопулярніших і найперспективніших професій, такі як ігровий програміст, аніматор, ігровий дизайнер, дизайнер рівнів, ігровий продюсер, концепт художник, тестер ігор та ін.

Історичне тло сприяло появі геймдизайну. Людство тривалий час прагнуло урізноманітнити своє дозвілля, сприяти концептуальному застосуванню динамічних творчих сил. Це передбачив Маршал Маклюен, який зазначає у своїй праці «Механічна наречена: Фольклор індустріальної людини», що сучасний фольклор є продуктом інтелектуальної діяльності величезної армії професіоналів: рекламних агентів, письменників, сценаристів, художників, режисерів, дизайнерів, журналістів, учених [7].

Сучасний український дослідник геймдизайну Н. В. Сладкевич у своїй дисертації «Естетика комп'ютерного моделювання» стверджує: що «Геймдизайн як форма комп'ютерного моделювання гри може розглядатися як певний етап віртуалізації реальності в становленні дизайнера інформаційного середовища» [5, с. 3].

У цьому сенсі відеоігри – це різновид популярного мистецтва, заснованого на масовому виробництві художньої продукції (у ігор немає автора – вона завжди створюється творчою групою, маленькою фабрикою) [2, с. 62].

Отже геймдизайн або Ігровий дизайн (англ. Game design) – частина роботи над розробкою відеоігри, яка полягає в її проектуванні та створенні елементів ігрового процесу, персонажів, сюжету та завдань. Історично цей ринок став відповіддю на надзвичайний попит населення на подібні виклики часу.

Для розуміння етапів становлення геймдизайну варто зазначити, що на початку 2000-х років одними з перших, хто почав комплексно вивчати комп'ютерні ігри, були співробітники Копенгагенського технологічного університету. Тільки за участю Digital Games Research Association (DiGRA) було організовано більше 150 конференцій, симпозіумів і фестивалів. Дослідженням комп'ютерних ігор присвячені сотні спеціальних видань і тисячі сайтів.

У 2011 році комп'ютерні ігри були офіційно визнані урядом США та Національним фондом окремим видом мистецтва. Після цього розробники отримали право розраховувати на державні гранти від 10 до 200 тис. доларів.

Річний прибуток від індустрії відеоігор у далекому 2008 році тільки в США становив 11,7 мільярдів доларів (за звітами ESA). Це приблизно бюджет нашої країни. Звичайно, з розвитком інтернету, кіберспорту та мобільних технологій ця сума суттєво виросла.

Комп'ютерні ігри відносяться до більш загальної групи явищ, пов'язаних з поєднанням художніх і