

4. Gubernskii Iu. D. Zhilishche dlia cheloveka / Iu. D. Gubernskii, V. K. Litskevich. – M.: Stroizdat, 1991.- 227 s.
5. Markov A. I. Ekspluatatsiia i rekonstruktsiia zdaniy / A. I. Markov, G.V. Seromolot. – Zaporozh'e: Zaporizhzhia, 2009. – 304 s.
6. Peredel'skii L. V. Stroitel'naia ekologiia: ucheb. Posobie [dlia stud. stroit. spets. vuzov] / L. V. Peredel'skii, O. E. Prikhodchenko. – Rostov n/D : Feniks, 2003. – 315 s.
7. Vnutrenniaia sreda pomeshchenii: ekologo-gigienicheskie aspekty: [ucheb. posobie dlia stud. ekol. spets. vuzov, obuchaiushchikhsia po spets. "Ekologiya i okhrana okruzhaiushchei sredy"] / L. G. Chesanov, A. G., Shapar', A. I., Korableva, V. L., Chesanov, V. V. Vorob'ev. – 2-e izd., dop. – D.: ООО "Dneprrost", 2004. – 166 c.
8. Istomin B.S. Ekologichnost' – vazhnyi kriterii otsenki kachestva liubykh proektnykh reshenii. – M.: ООО "Izdatel'stvo PGS", 2002. – № 10.

УДК 791.9

Зайченко Світлана Мар'янівна
аспірантка, Національна академія
керівних кадрів культури і мистецтв
e-mail: svitlana.zaichenko@mail.ru

ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТРАДИЦІЙ У МИСТЕЦТВІ ЕСТРАДНОГО ВИДОВИЩА У СВІТЛІ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті визначені характерні риси масової культури сьогодення, зокрема естрадного видовища, як найбільш популярного різновиду масової дозвілєвої культури. Досліджено, як світові глобалізаційні процеси впливають на розвиток масової культури, зокрема на теренах України. На основі здійсненого аналізу доведено важливість збереження національних традицій у мистецтві, в тому числі в розважальних видовищних формах масової культури, запропоновано шляхи їх популяризації.

Ключові слова: масова культура, популярна культура, естрадне видовище, дозвілля, самодіяльність, національно-культурні традиції, глобалізація.

Зайченко Светлана Марьяновна, аспирантка, Национальная академия руководящих кадров культуры и искусств

Сохранение национальных традиций в искусстве эстрадного зрелища в свете процессов глобализации

В статье определены характерные черты массовой культуры современности, в частности эстрадного зрелища, как наиболее популярного вида массовой досуговой культуры. Исследовано, как мировые глобализационные процессы влияют на развитие массовой культуры, в частности на территории Украины. На основе проведенного анализа доказана важность сохранения национальных традиций в искусстве, в том числе в развлекательных зрелищных формах массовой культуры, предложены пути их популяризации.

Ключевые слова: массовая культура, популярная культура, эстрадное зрелище, досуг, самодеятельность, национально-культурные традиции, глобализация.

Zaichenko Svitlana, postgraduate, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Preservation of national traditions in the art of variety show in the light of globalization processes

This article identifies the main characteristics of today's popular culture in the world, and particularly in Ukraine and variety shows as the most popular type among population mass leisure culture.

In this article proved that all the phenomena of popular culture today are somehow related to one characteristic property – all of their cultural elements, appearing in various spheres of public life, are prevalent in a given society and is a part of the source of world popular culture, becoming the new way of communication between people, not only within a country but also worldwide. Indicated that partially it becomes possible because of rapidly progressive and integrating into society mass-media, so that made possible much easier to take part into creation of cultural products and, as a result, to become a part of the global cultural process.

It is proved that in Ukraine as a result of the destruction of the old Soviet values system there is a need to establish new models of styles and ideals of life that would meet the needs of the time and the mentality of the Ukrainian people, and that exactly mass and popular cultures are called to do this, as the most effective and influential driving forces. Based on the exposed ideas of known culture-experts in this article is determined that is common and different between mass and popular culture, and therefore defined which phenomena of contemporary culture, we can attribute to the popular and which are to the mass culture and which to both at once, although until today are disputable among researchers using the terms "mass culture" and "popular culture", because the role of "masses" changed, constantly changes role of the mass culture in the world, becomes differentiated within this phenomenon, takes place the audience stratification and borrowing cultural elements from elite culture.

In this article investigated that for today variety show in the industrial society is one of the most popular among people the mass culture phenomenon because of its dynamism, brightness, festivity, easiness and at the same time, social relevance and activity.

In this article the end of XX – beginning of XXI century characterized as the beginning of the globalization world influences at all levels of public life, including culture, defined the character of such influence, its negative and positive signs. Because the nature of the relationship of Ukraine with globalized world is perhaps the most important and the most difficult question of its current development, in the article paid much attention to the study of globalization impacts

on the development of the mass culture in Ukraine which are shown mostly in imitation "Western" culture, that are considered by many, more progressive system of values, that is a result of widening market standardization of cultural goods and services and the commercialization of cultural products, which reduces its positive impact on the individual, and, consequently, society as a whole.

Noted also that economic difficulties on the beginning of the process of Ukrainian state-creations caused a significant negative impact on the development of mass culture in Ukraine, as a result Ukraine has lost control over the production of its own mass cultural product and its distribution, leaving it in the complete control of Western, American and Russian producers.

Modern society requires a professional scientifically proven non-traditional approach to solving today's problems in the field of the mass culture that are related with the processes of globalization. Under these conditions, an interesting subject for studying of the problems of reviving the spirituality and the general culture of the people becomes particularly the variety show, as the most common form of mass art spectacular, which expands its borders performing arts and became a phenomenon of everyday life, getting into fashion, media, television, sports, the communication between people, and even in education and science.

Based on the analysis demonstrated the importance of preserving national traditions in the arts, including and entertainment spectacular forms the mass culture and the ways of their distribution and promotion. One of these methods proposed development of creative artistic performances at different levels and for different age and social groups, radically redirecting cultural and recreational activities in Ukraine, by reorganization of the now "active" since the Soviet times houses of culture or the creation of new modern answering mentality and growing spiritual value-orientation and recreational needs of the population of each area recreation centers for leisure time. Just art creation most effectively promotes the spiritual revival of the individual through the mastery of the cultural values of the past and present.

In this article proved that the development of mass spectacle, including variety has the future, because modern person is tired to be lonely and useless in society, and exactly by participating in mass creative action or through the process of audience perception traces the connection of worship and games as components of spirituality, occurs the understanding and experiencing of the values of good, truth and beauty. The variety show, that has cultural and historical character as a special form of communication, directs person and his values in the context of life perspective "past-present-future."

Another way to preserve and promote cultural heritage is supporting of state-level variety figure in a particular genre as national "producers" – putting various benefits and privileges on radio, television and other media, supporting for various festivals, competitions, creative evenings, shows and other public spectacles, that have cultural and national character, at the local level through the involvement of patrons and sponsors who would be interested by the state through preferences to invest their sponsorship money in realization the above-mentioned mass creative activities. According to the author in the sphere of activities of art critics should get such aspect as the nationality of variety shows, as the most popular for today kind of mass culture.

Results of the research explicitly designed for use in practice by lecturers and other workers of mass culture and leisure sector.

Key words: mass culture, popular culture, variety, variety show, entertainment, initiative, national and cultural traditions, globalization, communication of the mass.

Радикальні зміни, зокрема політичні та економічні реформи, створюють в нашій країні нові умови для розвитку національної культури, для задоволення духовних інтересів та рекреативних потреб людини через залучення її до соціально-культурної творчості. Це потребує наукового дослідження сутності, природи й специфіки сучасного культуротворчого процесу загалом і на теренах України зокрема.

У поле зору мистецтвознавців, культурологів, взагалі творчих особистостей, які цікавляться розвитком сучасного мистецтва, повинен потрапити аспект естрадного видовища, як найбільш популярної на сьогоднішній день серед населення форми масової культури. Це необхідно для того, аби внаслідок стрімкого розвитку масової комунікації та інформації, переходу до ринкових відносин у сфері культури зберегти національні традиції у мистецтві, в тому числі в його розважальних видовищних формах, щоб країна не втратила духовної самобутності.

Проблемі масової та популярної культури сьогодні присвятили свої праці відомі сучасні зарубіжні та українські мистецтвознавці, культурологи, громадські діячі, письменники, митці: П. Берк, Дж. Сибрук, Дж. Сторі, В. Шестаков, А. Костіна, І. Савельєва та ін. Так, О. Гриценко, І. Дзюба, І. Лещенко доводили важливість збереження в творах культури і мистецтва культурно-національних традицій; А. Костіна, О. Сапожник, Н. Дрожжина, Ю. Рева, А. Калініна, В. Зверєва, М. Переверзєв, М. Мозговий, М. Поплавський, Л. Готовцев, Ю. Айзеншпіс, Ф. Раззаков вивчали проблеми поп-культури, масової культури, естради, шоу-бізнесу та їх вплив на сучасний стан мистецтва.

Метою статті є визначення впливу світових глобалізаційних процесів на розвиток масової видовищної культури в Україні, а також шляхів подолання їх шкідливих наслідків.

Масова культура має безліч визначень, але всі вони зводяться до одного: під цим явищем ми розуміємо широко розповсюджені в тому чи іншому суспільстві культурні елементи, які проявляються в різних сферах суспільного життя: музиці, кінематографі, літературі, спорті, рекламі, політиці тощо, які є складовою частиною або джерелом світової масової культури. Тому її "зірками" або "іконами" сьогодні можна вважати не тільки музикантів, акторів, журналістів, політиків, а й героїв мультфільмів (Маша та Ведмідь, Шрек та ін.), персонажів коміксів (Людина-павук, Черепашки-ніндзя тощо), напої, телекани, побутову техніку (стільниковий телефон, комп'ютер) та ін. Тобто все те, що має відношення до задоволення споконвічних потреб людини бути щасливою і самореалізованою.

Деякі з таких "ікон" мають довге життя, їх популярність переходить з покоління в покоління, інші ж стають знаменитостями-одноденками, про які незабаром забувають. В будь-якому разі, за їх до-

помогою поп-культура формує новий спосіб спілкування, яким користується безліч людей у всьому світі. Так, дотепні фрази політиків, персонажів рекламних роликів, телепередач або кінофільмів стали частиною живої мови, своєрідними прислів'ями чи афоризмами.

В історії людства постійно існували так звані "висока" і "низька" культури. Перша процвітала серед освічених представників еліти, друга, відповідно, серед малограмотних або зовсім безграмотного простолюддя. Проте в останні десятиліття кордони між цими культурами поступово стираються. Частково це пояснюється тим, що участь у створенні продукту культури стала набагато легшою справою, ніж раніше: наприклад, будь-хто може створити сторінку в інтернеті і викласти в ній свої вірші, малюнки, пісні, ставши, частиною світового культурного процесу.

Сучасна культурна ситуація в Україні є часом інтенсифікації впливу масової та популярної культури на суспільну свідомість. Руйнування колишньої системи цінностей, що викликала необхідність формування нової, потреба у нових зразках, ідеалах, моделях стилів життя, ставлення до себе і світу – все це актуалізує саме масову і популярну культуру, дослідження яких набуває дедалі більшого значення в сучасній науці [7, 9]. Дослідники вживають поняття "масова культура" та "популярна культура", вказуючи, що роль "маси" як такої змінилась. Змінюється роль масової культури в суспільстві, відбувається розшарування в середині цього явища, розшарування аудиторії: певні сюжети, жанри, що належали раніше до елітарної культури, тепер запозичуються масовою [9, 25].

Дискусійними до сьогоднішнього дня серед науковців є вживання термінів "масова культура" і "популярна культура". Вітчизняний дослідник О. Гриценко зауважує, що термін "популярна культура", винайдений англomовною науковою традицією, є двозначним вже через наявність різних смислів цього слова: "народний" і "зрозумілий, загальноновизнаний", обидва тягнуть за собою поняття "легкий для сприйняття", "простий", "невибагливий" тощо [2, 30]. Науковець надає популярній культурі ознак культури масового попиту, а водночас відкидає тотожність цих понять. На його думку, відмінність між популярною, елітарною та народною культурами полягає не в якості, а в типах взаємодії між творцями та споживачами, аудиторією. Як вважає автор, головна відмінність між ними в тому, що масовій культурі притаманні економічна основа, яскраво виражена комерційна спрямованість. В час панування індустріального виробництва вирішальною рисою масової культури стає ринковий умонастрій, згідно з яким мистецтво (науку, релігію, політику) розглядають як предмет споживання, продажу [2, 120]. Крім того, вчений відзначає безвідносність масової культури щодо будь-якої естетичної системи, оскільки базова культура може абсорбувати будь-що з огляду на сучасний освітній стан людства і його сучасні більш-менш уніфіковані культурні практики [6, 45].

Масова культура поглинає суспільство. Політика, культура, розваги, трансльовані сучасними мас-медіа, не існують в окремих відділках. Саме завдяки сучасним програмам розважального характеру відбувається вкорінення тих цінностей та ідеалів, які краще "споживаються", коли загорнуті в блискучу обгортку "масової культури". На відміну від так званої "високої" (академічної, елітарної) культури, яка завжди була орієнтована на інтелект, думаючи публіку, масова культура свідомо орієнтується на "середній" рівень масових споживачів. Головним каналом поширення масової культури є сучасні засоби комунікативної техніки (телебачення, радіо, преса, відео- та звукозаписи). Масову культуру створюють уже не "митці", а "спеціалісти" (продюсери, менеджери, сценаристи, режисери, співаки, актори та ін.) не завжди на професійному рівні, бо якість їх творів часто визначається лише комерційним успіхом.

Про шкідливість привласнення засобів масової комунікації окремими персоналіями для розвитку культури і масового мистецтва взагалі наголошував в своїх працях ще в 1966 р. відомий французький вчений, психолог, культуролог А. Моль, який вказував, що в суспільстві, "де опановані жагою до збагачення приватні фірми, які монополізували поставку елементів культури, прибігають до політики "найближчого причепа", прагнучи дати публіці те, що їй до смаку на даний момент, що наносить шкоду динаміці культури, яка створює нове" [5, 234]. Більш небезпечним в даному аспекті може бути викладена Моль, як ще і вченим-фізиком, система обчислення і вимірювання естетичної інформації, яка міститься в тому чи іншому культурному повідомленні (в тому числі, у творах мистецтва), що можуть використовувати сучасні політтехнологи, рекламодавці, продюсери з метою якнайшвидше і якнайдорожче продати свій не завжди якісний і потрібний продукт через професійне масове зомбування, що ми, на жаль, можемо спостерігати в нашому щоденному житті, особливо під час виборчих кампаній чи інформаційних війн між країнами. Можна сказати, що А. Моль тільки порушує проблему, а вирішити її може розвиток самосвідомості громадянського суспільства, прогрес його освіченості, цивілізованості та загальної культури і культури творчості. В індустріальному суспільстві в епоху масової комунікації динамізм та суспільна актуальність усіх без винятку явищ масової культури роблять їх вельми популярними та перспективними. На одному з найбільш поширених, таких, як естрада, вважаємо за доцільне зупинитися докладніше.

Сам по собі термін "естрада", спочатку існуючий як поняття чисто практичне ("настил", "підмост", "сцена"), розвиваючись як мистецтво святкового дозвілля, поступово переріс в деякий узагальнюючий образ, який характеризує собою сценічну дію, що відбувається на сцені для задоволення публіки і обов'язково має бути колективним (масовим), містити бурлеск, азарт, незвичність дії, динаміку розвитку головного сюжету, чим і приваблює таку велику кількість шанувальників. В цьому аспекті можна розглядати і популярні сьогодні різноманітні пісенні, кулінарні, спортивні та інші шоу.

Естрада є формою актуалізації потреби людини в святі, щасті, любові, близьких і далеких почуттях, які так чи інакше розігруються на сцені і дають людині можливість прожити цей день щасливо. Елітаризм естради та егалітаризм, тобто рівність всіх в масовій культурі, є інваріантними. Елітарність естради – це вже одна із форм інституалізації, що в масовій культурі свідчить про міф елітарного споживача, про міф людини, яка є обраною, яка не обділена, не обмежена потребами і здібностями споживання. Стан, поведінка, діяльність, влада слова, зображення, жести, всіх артефактів культури, які актуалізуються на сцені – це влада особливого типу, яка пов'язана з сугестією, образністю, талантом, здібністю актора викликати ті чи інші почуття, ту чи іншу поведінку і спонукати до відповідної діяльності. Ця діяльність обов'язково пов'язана з продукуванням цінностей культури. Це можуть бути бурхливі аплодисменти, це може бути всевітньо шалена любов до артиста, як це було у Клавдії Шульженко, Аркадія Райкіна, Мусліма Магомаєва та ін. Отже, модель культури в її суб'єктному, експресивному, дієвому вигляді і модель публічності, видовищних форм культури, зокрема естради, є інваріантними, мають свої форми здійснення, форми втілення і мають свої регламентаційні ознаки, які так чи інакше спрацьовують в тому культурному горизонті і в тих культурних реаліях, що є характерними для ХХ–ХХІ ст.

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. відомий як початок глобалізації. Спочатку виступаючи як суто економічний феномен, згодом глобалізація стала причиною змін на інших рівнях. Але було би відчутним спрощенням проблеми зводити глобалізаційні впливи виключно до "вестернізації" культури. Насправді ситуація, особливо впродовж останніх років, значно ускладнилась. В результаті ми маємо можливість досліджувати масову культуру як явище, що характеризує теперішній етап культурного розвитку [1].

Дж. Сибрук вважає, що складно говорити про те, чи йде на користь культурі процес глобалізації. З одного боку, він стирає національні культурні відмінності і в значній мірі уніфікує смаки. З іншого боку, він створює передумови для кращого взаєморозуміння народів. Глобалізація сама по собі унеможлиблює культурну гегемонію однієї країни – вона лише означає велику можливість вибору. Крім того, вона дозволяє зберегти і розвинути національні культурні традиції. Проте під натиском глобалізації неминуче зникають складові частини локальних культур, без яких життя багатьох народів втрачає своєрідність і красу [8, 234]. На сучасному етапі спостерігається безпрецедентне змішування культур, яке призводить до появи нових, небачених раніше зразків.

Глобалізаційні процеси є реалією нашого сьогоденного світу і, безумовно, певною мірою формують спосіб життя сучасного людства. Характер взаємозв'язків України з глобалізуючим світом є чи не найважливішим і найважчим питанням її нинішнього розвитку. Бажаємо ми того чи ні, але глобальні виклики "форматують" внутрішній простір України. Наша країна постала перед фактами цих викликів і змушена була прийняти їх існування. Країна, яка не бажає або не здатна стати носієм світових тенденцій, опиняється в ізоляції. Але для того, щоб стати суб'єктом глобального процесу, його потрібно, принаймні, зрозуміти, щоб надалі вільно орієнтуватися в його лабіринтах і знати "куди рухатися".

На рівні культури повсякденного життя глобалізаційні процеси проявляються в основному в розростанні стандартизації ринку культурних товарів та послуг. В культурній сфері дія глобалізаційних тенденцій проявляється в комерціалізації культурного продукту, остаточному його перетворенні на товар, який, як і будь-який товар, має продаватися. Наслідки цього процесу є суперечливими в духовному відношенні: з одного боку, розвинута техніка репродукування та тиражування робить мистецтво доступним для широкої аудиторії, з іншого – загальнодоступність творів мистецтва перетворює їх на предмет побуту, знецінює. Полегшення та спрощення сприйняття робить непотрібною внутрішню підготовку до спілкування з мистецтвом, а це знижує його позитивний вплив на розвиток особистості, а відповідно, змінює особистість і суспільство.

У другій половині ХІХ ст. обличчя масової культури формувалось головним чином завдяки Франції; у другій половині ХХ ст. "законодавцями моди" в масовій культурі стали Сполучені Штати Америки, які зосередили потужні фінансові та технічні ресурси в галузі поп-культури. Виник термін "американізація культури". Про небезпеку принад американської масової культури говорять представники європейських і неєвропейських країн.

Впродовж останніх років Україна намагалася створити модель суспільства, яка відповідала б новим соціально-економічним умовам існування нашої держави. Це призвело до того, що ми отримали суспільство, яке, як криве дзеркало, відображає західну систему цінностей. Споживання стає кінцевою метою буття. Становище людини в суспільстві оцінюється не тільки і не стільки її заслугами перед суспільством, а виходячи з того, скільки споживає. Мають вагоме значення великі статки, тобто визначними стають мішура, блиск, поверхня, а не суть, але ж це, як і все предметне, приходиться в занепад, старіє.

Внаслідок відчутних економічних труднощів початку процесу державотворення, що переживала наша країна наприкінці 80–90-х років минулого століття, Україна втратила контроль над виробництвом власного масового культурного продукту та його поширенням, віддавши це на відкуп європейським, американським та російським виробникам. Методи створення зразків масової культури – клішування, прагнення зовнішнього ефекту, спрощення – застосовується до матеріалу, що корінням йде до академічної (високої, елітарної) культури.

З нарощуванням процесів глобалізації зростає спротив. Згідно з опитуваннями, лише незначна частина населення держав, що інтегруються до ЄС, сприймає "космополітичні цінності", а переважна більшість (більше 85%) ідентифікують себе з локально-регіональними цінностями та орієнтирами.

Спостерігається зближення регіонів за етнокультурними ознаками: все менше розділення на багатих і бідних, а все більше – на приналежність до різних етнокультурних груп [4].

Отже, ми маємо надзвичайно складну ситуацію, коли разом з інтенсивними процесами глобалізації економічних, політичних та культурних асоціацій відбувається не менш активний процес зростання національної свідомості, посилення культурної диференціації, відродження етнічно-національних цінностей. Причому останнє стимулюється першим. Отже, зростання національної свідомості є природною реакцією на стандартизацію соціально-культурного життя, що впроваджується явищем глобалізації.

Проблеми сучасності потребують професійного науково обґрунтованого нетрадиційного підходу до вирішення проблем у сфері масової культури, які пов'язані з процесами глобалізації. В цих умовах цікавим об'єктом для дослідження проблем відродження духовності і загальної культури народу стає естрада, естрадне видовище як найбільш поширена форма масового видовищного мистецтва, яка розширює свої кордони суто сценічного мистецтва, стає явищем повсякденного життя, проникаючи в моду, ЗМІ, телебачення, спорт, в спілкування людей, навіть в освіту і науку. Видовищність, оманлива доступність, розважальність, притаманні естрадному шоу, стають якостями, найбільш витребуваними широкими верствами, як прийнято сьогодні говорити, "цивілізації дозвілля". Внаслідок своєї популярності естрадне шоу стає предметом інтересу шоу-бізнесу, а, як результат, часто не завжди "чистої" ринкової боротьби за сфери впливу, а отже, за прибуток.

Практично кожний день ми маємо можливість спостерігати, як естрадне видовище, проникаючи у всі сфери суспільної життєдіяльності, стає народним мистецтвом. Дедалі більше представників різних вікових і соціальних груп населення виявляють бажання самовиражатись через естраду, а саме естрадне шоу, як найбільш яскраве, популярне і доступне, на їх думку, кожному.

Одним із засобів, щоб естрадне видовище, як явище масового мистецтва, не втратило своєї творчої значимості і не перетворилось в дешеву культурну копію-карикатуру того чи іншого економічно більш успішного суспільства, вважаємо розвиток художньої самодіяльної творчості в різних регіонах нашої країни під серйозним керівництвом професійних творчих працівників – і не тільки в навчальних закладах чи Будинках культури, творчості. Для розвитку національної культури, задоволення духовних інтересів та рекреативних потреб людини і залучення її до соціально-культурної творчості потрібно створювати сучасні культурно-дозвілєві центри: сімейні, молодіжні чи за колом інтересів, де б творча пізнавальна гурткова чи клубна діяльність поєднувалась із пасивним відпочинком, за бажанням, в кафетерії чи на танцювальному майданчику. За своєю структурою це можуть бути клуби мікрорайону чи комплекси-гіганти, які можуть мати бібліотеку, художній музей, виставкову галерею, готель, громадські служби, кінотеатр тощо. Досвід створення таких культурно-дозвілєвих центрів можна в якійсь мірі запозичити в розвинених зарубіжних країнах, підлаштовуючи під наш менталітет та потреби, акцентуючи на виховному і творчому потенціалі дозвілєвого закладу. Можливі різні варіанти, але те, що сьгоднішні традиційні заклади культури своїм реальним консервативним стандартним характером ведення справ ще радянського періоду уже не відповідають духовним інтересам, ціннісним орієнтаціям та дозвілєвим потребам населення, є очевидним фактом.

Самодіяльна художня творчість приваблює людей різного віку своєю нерегламентованістю, добровільністю вибору, невимушеністю, чого так не вистачає багатьом людям в укладі сучасного буття. Саме художня творчість найбільш ефективно сприяє духовному відродженню особистості через оволодіння культурними цінностями минулого і теперішнього. Але практика показує, що більшість наших сучасників має незначне уявлення про культурну історію свого краю, що призводить, на жаль, навіть до міжрегіональних чи національних конфліктів. Збереження і розвиток культурної самобутності кожного народу, регіону, морального існування і "енергетичного заряду" кожної особистості неможливе без безпосередньої присутності минулого в теперішньому, оскільки в культурних традиціях кожної нації закладена багатовікова мудрість життєвого досвіду. Завдання професійних творчих особистостей і полягає в тому, щоб під час підготовки естрадного шоу враховувались сучасні традиції, які, зберігаючи передачу накопиченого досвіду, розвивались і взаємоперекликались би з історичними формами народної творчості. В результаті такий "творчий продукт" буде цікавим і самим творцям, і виконавцям, і глядачам.

За розвитком масових видовищ, в тому числі естрадних, – майбутнє, адже сучасна людина втомилася бути одинокою і нікому не потрібною в соціумі. Саме через участь в масовому творчому дійстві або через процес глядацького сприйняття простежується зв'язок культури і гри, як компонентів духовності, відбувається осмислення і переживання цінностей добра, істини і краси. Естрадне видовище, яке має культурно-історичний характер, як особлива форма спілкування, спрямовує людину і її цінності в контекст життєвої перспективи "минуле-теперішнє-майбутнє".

Ще одним шляхом, щоб естрадне видовище стало способом збереження і популяризації культурної спадщини, є підтримка на державному рівні естрадного діяча в тому чи іншому жанрі, як вітчизняного "виробника". Це і введення різних пільг і преференцій на радіо, телебаченні та в інших ЗМІ, підтримка різних фестивалів, конкурсів, творчих вечорів, шоу та інших масових видовищ, які мають культурно-національний характер, на локальному рівні через залучення меценатів та спонсорів, які були би зацікавлені державою через пільгові преференції вкладати свої спонсорські кошти в проведення вищезгаданих масових творчих заходів.

З вищевикладеного можна зробити висновок, що успіх і результат такої значної справи, як збереження культурної спадщини, а отже, особистості людини як індивідуума і представника своєї нації залежить як від кожного з нас, так і від державної політики в сфері розвитку національної культури.

Як вважає відомий український письменник, громадський та культурний діяч Іван Дзюба, у сфері культури сьогодні відбувається "найінтимніший" етап самореалізації нації. "В образах своєї культури нація "освоює та привласнює світ", а водночас здійснює самопізнання – тому заміщення національної культури іншою, хоч і стократ "вищою" (хоч будь-які метричні виміри культури безглузді), є заперечення самого існування нації. Культури мають бути поряд одна з одною, а не замість одна одної" [3, 20].

В Україні є великі перспективи розвитку національної культури. По-перше, як мало де в Європі, у нас збереглися глибокі джерела аутентичної народної творчості (у пісні, слові, ремеслах, малярстві тощо), які завжди були рятівним резервом для профілактики культури і надійним джерелом мистецького таланту нації. Невипадковим був успіх Руслани Лижичко на "Євробаченні", та й на багатьох інших українських виконавців існував та існує попит у багатьох зарубіжних країнах. Життя доводить, що народи, які не занехали свій історичний досвід і не позбулися своєї традиційної культури, більше здатні зберегти своє духовне здоров'я та відповісти на виклики майбутнього.

Література

1. Газета.ru: Онлайн видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gazeta.ru>.
2. Гриценко О. А. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі / О. А. Гриценко. – К., 2000. – 430 с.
3. Дзюба І. М. Між культурою і політикою / І. М. Дзюба. – К., 1998. – 420с.
4. Інформаційно-аналітичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.tomchin.ru>.
5. Моль А. Социодинамика культуры. / А. Моль; пер. с фр. ; Изд. 3-е – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.
6. Нариси української популярної культури /за ред. О. А. Гриценка. – К.: УЦКД, 1998. – 30 с.
7. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе / И. Г. Савельева. – М., 2005.
8. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Джон Сибрук. – М.: Ad marginem, 2004. – 304 с.
9. Стори Дж. Теория культуры та масова культура / Дж. Стори, пер. з англ. С. Саченко. – Х., 2005. – 395 с.

References

1. Hazeta.ru: Onlain vydannia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.gazeta.ru>.
2. Hrytsenko O. A. Kultura i vlada. Teoriia i praktyka kulturnoi polityky v suchasnomu sviti / O. A. Hrytsenko. – K., 2000. – 430 s.
3. Dziuba I. M. Mizh kulturoiu i politykoiu / I. M. Dziuba. – K., 1998. – 420s.
4. Informatsiino-analytychnyi portal [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu do resursu: <http://www.tomchin.ru>.
5. Mol' A. Sotsiodinamika kul'tury. / A. Mol' ; per. s fr. ; lzd. 3-e – M.: Izdatel'stvo LKI, 2008. – 416 s.
6. Narisy ukrainskoi populiarnoi kultury / Za red. O. A. Hrytsenka. – K.: UTsKD, 1998. – 30 s.
7. Savel'eva I. G. Mascovaia i populiarnaia kul'tura v sovremennom obshchestve / I. G. Savel'eva. – M., 2005.
8. Sibruk Dzh. Nobrow. Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury / Dzhon Sibruk. – M.: Ad marginem, 2004. – 304 s.
9. Stori Dzh. Teoriia kultury ta masova kultura / Dzh. Stori, per. z anhl. S. Sachenko. – Kh., 2005. – 395 s.

УДК 784.1(477) "20"

Каравацкая Людмила Ивановна
соискатель, Киевский национальный университет
культуры и искусств

ОПЕРНЫЙ ХОР В ИСТОРИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КИЕВСКОГО ОПЕРНОГО ТЕАТРА (XVIII – начало XX века)

В исторической ретроспективе отражён эволюционный процесс создания оперного хора, выявлена многогранность его функционирования. Обозначены формы организации оперного театра, а также хора – важного компонента драматургической структуры оперного спектакля.

Ключевые слова: хор, опера, драматургия, антреприза, антрепренёр.

Каравацька Людмила Іванівна, здобувач, Київський національний університет культури і мистецтв
Оперний хор в історичних реаліях становлення і розвитку Київського оперного театру (XVIII – початок XX ст.).

У статті в історичній ретроспективі відображено еволюційний процес створення оперного хору, виявлені різні грані його функціонування. Визначено форми організації оперного театру, а також хору – важливого компонента драматургічної структури оперного спектаклю.

Ключові слова: хор, опера, драматургія, антреприза, антрепренер.