

припускають кращі економічні та соціальні можливості (освіта, робота, охорона здоров'я, підприємництво, розваги тощо).

Нарешті, теорія «тяжіння-виштовхування» ніяк не пояснює поворотну міграцію, а також ситуацію, коли країна одночасно виступає країною призначення та країною походження мігрантів.

Все це доводить обмеженість теорії «тяжіння-виштовхування» в поясненні різноманіття сучасних міграційних процесів. Вона являє собою скоріше статичну модель, яка вказує насамперед на зовнішні фактори, що викликають міграцію, але виявляється не в змозі пояснити різноманіття процесів міграції, тим більше в контексті взаємопов'язаних з нею інших соціальних процесів, що формуються багато в чому під впливом сучасної глобалізації.

Отже, незважаючи на значну кількість підходів щодо трактування сутності міграції, можна стверджувати про те, що жоден з напрямків не є безапеляційним і визиває дискусії.

Аннотация: В статье рассматриваются различные взгляды на исследования миграции населения. Особое внимание в статье уделяется таким теоретическим направлениям как «неоклассическое», «притяжения-выталкивания», «структурно-историческое». Каждое из перечисленных направлений в работе получило как положительную так и дискуссионную оценку.

Ключевые слова: Международная миграция, глобализация, миграционная теория, «законы миграции».

Abstract. The article considers different views on the study of population migration. Particular attention in the article is paid to such theoretical areas as “neoclassical”, “attraction-pushing”, “structural-historical”. Each of these areas in the work received both positive and debatable assessment.

Key words: International migration, globalization, migration theory, “laws of migration”.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ravenstein, Ernst Georg. The laws of migration. *Journal of the statistical society of London* 48.2 (1885): 167–235.
2. Безуглий П. Г. Теоретичні засади дослідження міграційних процесів. *Політичне життя*. 2018. №1. С. 5–13. URL: <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/5915>
3. Шиманська К. В. Теоретичні засади дослідження процесів міжнародної міграції: аналіз розвитку та ключових положень міграційних теорій. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2017. № 1. С. 127–137. URL: <https://www.institutfrancais.com/fr/zoom/le-nouveau-site-de-institut-francais>
4. Harris J. R., Todaro M. P. Migration, Unemployment and Development: A Two-sector Analysis. *American Economic Review*. 1970. No. 60. Pp. 126–142.
5. Borjas G. Economic Theory and International Migration. *International Migration Review*. 1989. No. 23. Pp. 457–485.
6. Wallerstein I. The Modern World System I. Capitalist Agriculture and the Origins of the European World Economy in the Sixteenth Century. New York : Academic Press, 1974.
7. Lee E. S. A Theory of Migration. *Demography*. 1966. No. 3. Pp. 47–57.

УДК 339.92(477)

АРТ-ПРОЄКТИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ – «ВІЗИТІВКА» УКРАЇНИ

В. В. Парчевська, І. Г. Паніна

Анотація. У дослідженні подана інформація про арт-проекти в галузях креативних індустрій, що активно розвиваються в Україні. Методологічною основою роботи є системний підхід. Специфіка досліджуваної теми передбачає застосування аналітико-синтетичного методу, що дав змогу встановити роль вітчизняних арт-проектів провідних галузей креативних індустрій у культурній дипломатії. Окреслено сприятливі чинники для їх реалізації, визначено їхній вплив на формування іміджу України як динамічної складової стратегії національного брендингу.

Ключові слова: креативні індустрії, арт-проект, культурна дипломатія, національний брендинг, імідж України.

У сучасному світі важко уявити процес творення позитивного іміджу держави в культурній сфері без залучення мистецтва. Вітчизняні арт-проекти є джерелом

комунікації представниками однієї держави з іноземними партнерами. У 2016 році Кабінет Міністрів України схвалив Довгострокову стратегію розвитку української культури – стратегію реформ, в основі якої – результати дослідження стану вітчизняної культури, проведеного державними й недержавними інституціями, міжнародними організаціями та незалежними експертами [1]. Вперше було чітко визначено завдання на довготермінову перспективу та окреслено необхідні кроки щодо їх виконання. Згідно з визначеними напрямками модернізації культури, одним із найактуальніших можна назвати креативні індустрії, що включають сектори, спеціалізовані на використанні творчого таланту для комерційних цілей. Більшість із них представлені універсальним інструментом – арт-проектами.

Можливі вектори розвитку креативних індустрій в Україні окреслено в наукових розвідках Н. А. Карасьової [2], А. В. Холодницької [3], С. Д. Щеглюк [4]. Проблемним залишається питання значення арт-проектів креативних індустрій для розбудови вітчизняної стратегії національного брендингу.

Мета дослідження – висвітлити вплив арт-проектів на формування іміджу України за посередництва культурної дипломатії та окреслити сприятливі фактори їх реалізації.

Згідно з Експортною стратегією України на 2017–2021 роки, сектор креативних індустрій представлений таким чином:

- продукція індустрії моди й дизайну;
- аудіовізуальні послуги;
- пам'ятки культурної спадщини, які збагачують фонди бібліотек, музеїв та виставок;
- традиційна культура, що об'єднує ремесла й декоративно-прикладне мистецтво [5].

Цікаво, що про пам'ятки вітчизняної культурної спадщини, піклується Український культурний фонд, що протягом 2017–2018 років ініціював численні проекти з реставрації архітектурних пам'яток, виставки-презентації класичного авторського й традиційного народного мистецтва, покази документальних фільмів тощо [6].

Протягом 2015–2019 років в Україні разом із культурною дипломатією активізувався розвиток численних ініціатив для розвитку креативних індустрій. Так, з 21 серпня по 17 вересня 2015 року в Американському Домі діяв арт-проект «Коефіцієнт Незалежності», присвячений до Дня Незалежності України. Виставка стала продовженням проекту «Практика Видозмін» в рамках VIII Всеукраїнської платформи «Новітні спрямування» Інституту Проблем Сучасного Мистецтва НАМ України, що проходив за підтримки Міністерства культури України [7]. У межах проекту було презентовано різноманітні твори сучасного вітчизняного мистецтва у фотографії, живописі, скульптурі, у яких втілено авторські рефлексії щодо національної ідентифікації та індивідуального усвідомлення своєї суспільної ролі. Проект зацентрував увагу глядачів на перетині української й американської культур, особливостях світосприйняття обох націй.

У 2016 році в Міжнародному центрі підтримки вчених ім. Вудро Вілсона у Вашингтоні відбулася виставка українського художника Віктора Сидоренка «Пам'ять безсвідомого» (рис. 1). Цей захід засвідчив, що найуспішнішими є арт-проекти, реалізовані в результаті співпраці інституцій культури з іноземними представництвами. Тільки спільні зусилля можуть створювати імідж сучасної перспективної України, презентуючи мистецькі твори за кордоном.



Рис. 1. Після відкриття виставки «Пам'ять безсвідомого». Офіс Блера Рубла в Центрі Вілсона. Вашингтон, 8 червня 2016 р. Зліва направо: Ольга Іванова (українська дипломатка), Віктор Сидоренко, Наталія Мусієнко, Блер Рубл

10 вересня 2017 року у Львові відбулося урочисте відкриття Центру імені митрополита Андрея Шептицького (рис. 2). Цей сучасний ресурсно-інформаційний центр Українського католицького університету став першою за часи незалежності нашої держави будівлею, зведеною спеціально для бібліотеки з нуля за проектом німецької групи Behnisch Architekten [8]. Дизайн фасаду виконано таким чином, що Центр нагадує стос книг. Фонд бібліотеки налічує більше 160 тисяч примірників книг, більшість із яких перебуває у вільному доступі. Подібний арт-проект сприяє сприйняттю України як держави, що дотримується світових інформаційно-культурних стандартів. Формує уявлення про підтримку якісної суспільно орієнтованої комунікації між представниками освітянських, культурних, молодіжних та церковних середовищ.



Рис. 2. Центр імені Митрополита Андрея Шептицького у Львові

Однією із наймасштабніших культурницьких ініціатив став Ukraine NOW – бренд України, розроблений креативною компанією Banda Agency. Унікальність логотипу проекту полягає в поєднанні назви країни з комунікаційним повідомленням NOW (з англ. – «зараз») та піктограмою у вигляді національного домену верхнього рівня для України – UA (рис. 3). Основні кольори бренду – жовтий, синій, чорний. Елементи логотипу можуть вільно змінювати своє положення, форму, адаптуватися під формат носія. Піктограма виконує функцію «тематичного рубрикатора», тобто для використання логотипу можна

створити інший дизайн піктограми. Ще однією особливістю бренда є фірмова гарнітура у вигляді шрифту Ermilov Bold, що був створений спеціально для бренду Ukraine NOW. Його автора надихнули роботи українського художника-конструктивіста Василя Єрмілова.



Рис. 3. Логотип «Ukraine NOW»

Для розбудови іміджу України найбільш вагомою перевагою бренда є універсальність його використання в різних контекстах, що забезпечив мінімалістичний дизайн. Після презентації логотип високо відзначили в міжнародному середовищі. Єдиний бренд України, розроблений агенцією Banda, отримав одну з найбільш престижних премій у сфері дизайну – Red Dot Design Award у категорії Corporate Identity.

8 липня 2019 року в рамках Kyiv Fashion Summit відбувся круглий стіл з креативних індустрій «Create.Ukraine: креативний безвіз у фешн-індустрії» за участі представників іноземних делегацій країн-учасниць Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів і міжнародних ЗМІ [9]. На заході було зазначено, що до внесення в Закон України «Про культуру» визначення терміну «креативні індустрії» та затвердження розпорядження Кабінету Міністрів, що визначає 12 секторів креативних індустрій, слово «мода» було відсутнім у нормативно-правовому лексиконі чиновників.

У зв'язку з пандемією коронавірусу розвиток креативних індустрій пригальмувався, реалізація арт-проектів призупинилася. Для підтримки цього важливого сектору культури влітку 2020 року було ухвалено закон, що регулює надання фінансової державної підтримки культурним закладам, студіям та компаніям [10].

Отже, найпопулярнішими галузями креативних індустрій в Україні є образотворче мистецтво, архітектура, мода, графічний дизайн. Арт-проекти в цих сферах необхідні для розвитку культурної дипломатії та створення позитивного іміджу України за кордоном. Їх презентація через міжкультурну комунікацію крок за кроком робить Україну більш впізнаваною через асоціативні образи мистецьких творів. Сприятливі умови для ефективної реалізації арт-проектів креативних індустрій України – співпраця українських мистецьких інституцій з іноземними партнерами, перспектива подальшого залучення напрацьованого комерційного потенціалу. Ще одним фактором успіху є презентація українських творів на спеціалізованих міжнародних заходах. Українські арт-проекти викликають зацікавлення іноземних партнерів, що створює Україні імідж держави з високим рівнем опанування мистецтва. Позитивний досвід представлення робіт сучасних вітчизняних митців у світі засвідчує важливість розвитку креативних індустрій для формування стратегії національного брендингу.

Аннотация. В исследовании представлена информация об арт-проектах в области креативных индустрий, активно развивающихся в Украине. Методологической основой работы является системный подход. Специфика исследуемой темы предусматривает применение аналитико-синтетического метода, который позволил установить роль отечественных арт-проектов ведущих отраслей креативных индустрий в культурной дипломатии. Очерчено благоприятные факторы для их реализации, определено их влияние на формирование имиджа Украины как динамической составляющей стратегии национального брендинга.

Ключевые слова: креативные индустрии, арт-проект, культурная дипломатия, национальный брендинг, имидж Украины.

Abstract. The study provides information on art projects in the creative industries that are actively developing in Ukraine. The methodological basis of the work is a systematic approach. The specificity of the research topic involves the use of analytical-synthetic method, which allowed to establish the role of domestic art projects of leading branches in the creative industries in cultural diplomacy. Favorable factors for their implementation are outlined, their influence on the formation of Ukraine's image as a dynamic component of the national branding strategy is determined.

Key words: creative industries, art project, cultural diplomacy, national branding, image of Ukraine.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 року №119-р. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/248862610> (дата звернення: 03.10.2020).
2. Карасьова Н. А. Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. – *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2019. Вип. 3. С. 110–120.
3. Холодницька А. В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 151–157.
4. Щеглюк С. Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип. 6. С. 143–150.
5. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки». *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80> (дата звернення: 03.10.2020).
6. Український культурний фонд [офіційний сайт]. URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення: 03.10.2020).
7. Прокопенко М. Митці – про «коефіцієнт незалежності». *Газета «День»*. 22 серпня 2015 року. URL: <https://bitly.su/kKqxf> (дата звернення: 03.10.2020).
8. Сучасна бібліотека Українського католицького університету у Львові. *The Village*. 13 вересня 2017 року. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/picture-story/262465-tsentr-sheptitskogo-uku> (дата звернення: 03.10.2020).
9. Відбувся круглий стіл з креативних індустрій «Create.Ukraine: креативний безвіз у фешн-індустрії»/ Міністерство культури України [офіційний сайт]. URL: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art_id=245498188&cat_id=245328989 (дата звернення: 03.10.2020).
10. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19. *База даних «Законодавство України»*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-IX#Text> (дата звернення: 03.10.2020).

УДК 929(477)

НАТАЛІЯ ПОЛОНСЬКА-ВАСИЛЕНКО: СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ НОВОЇ ГЕНЕРАЦІЇ

Я. І. Пилипчик, Н. Р. Темірова

Анотація. У даному дослідженні розглядається проблема впливу сім'ї, виховання, освіти, на формування особистості нової генерації – жінки-науковця. Методологічною основою роботи є системний підхід, принципи історизму, наукової об'єктивності, критичного та структурно-системного підходу до літературної та джерельної бази роботи. Специфіка досліджуваної теми передбачає застосування загальнонаукових (аналітико-синтетичного, узагальнюючого) та спеціально історичних (проблемно-хронологічного, історико-біографічного, історико-типологічного, історико-генетичного) методів.

Ключові слова: Наталія Полонська-Василенко, сім'я, освіта, становлення, особистість.

Дослідження життєвого шляху Н. Д. Полонської-Василенко є актуальним, насамперед, з огляду на її внесок в українську історичну науку. Питання гендерної нерівності та впливу виховання на особистість є досить важливим у сучасному світі і у її житті воно досить гарно виражено. Наталія Дмитрівна жила в часи, коли права жінки обмежувались і її постать доволі показова для демонстрації виборювання жінкою повноправного місця у науковому середовищі.

У процесі вивчення постаті Н. Полонської-Василенко виокремлюються два етапи – друга половина ХХ ст., представлений діаспорними дослідженнями, та кінець ХХ – перша третина ХХІ ст., коли в Україні з'явилися спеціальні дослідження її життя та творчості. Серед представників української діаспори відзначимо Л. Винара, О. Оглоблина, О. Омельченка, які співпрацювали з Наталією Дмитрівною та аналізували її доробок [1; 2; 3; 4]. В Україні інтерес до дослідниці з'явився лише в 1990-ті рр. Ряд розвідок її