

7. Singaevskaya O. I. (2015). Structure of dependencies between natural conditions, natural processes and engineering structures. Architectural Bulletin of KNUBA. [in Ukrainian].
8. Sosnitsky Yu. A. (2014). The main positions of the theory of modern environmental design. Theory and history of design. [in Russian].
9. Siomka S.V (2016). Bionics in Environmental Design: Teach. Manual. Kiev: NAKKKiM [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 19.08.2018 р.

УДК 74.01/09 (569.5)

Аль Равашдех Самер
аспірант кафедри дизайну та основ архітектури
Національного університету
«Львівська політехніка»
ORCID: 0000-0001-5633-9554
al.ravashadeh@gmail.com

ЧИННИКИ ФОРМОТВОРЕННЯ В СУЧАСНИХ ЛОГОТИПАХ ЙОРДАНІЇ

Мета роботи – виявити та узагальнити основні чинники формотворення в сучасних логотипах Йорданії на прикладі ідентифікаційної графіки інформаційно-новинних ресурсів. **Методологія** дослідження: використано аналітичний та комплексний метод при систематизації та узагальненні теоретичного матеріалу. Під час роботи з ілюстративним матеріалом застосовано методи морфологічного, композиційного, художнього, стилістичного та комплексного аналізу. **Наукова новизна** роботи полягає у виявленні специфіки графічного дизайну Йорданського Хашимітського Королівства завдяки визначенню чинників формотворення, а також композиційних та образотворчих параметрів сучасних логотипів Йорданії. **Висновки.** В статті доведено, що основним чинником формотворення сучасних логотипів Йорданії є насамперед архітектонічні, композиційні та пластичні особливості традиційного арабського каліграфічного письма, яке виступає як текст і як його візуальна форма. Іншими чинниками можна вважати композиційну будову та характер розвиненої під впливом західної культури графічно-образної системи реалістичної та стилізованої ілюстрації.

Ключові слова: графічний дизайн, логотип, формотворення, знак, Йорданія, традиція, арабська каліграфія.

Аль Равашдех Самер, аспірант кафедри дизайну та основ архітектури Національного університету «Львівська політехніка»

Факторы формообразования в современных логотипах Иордании

Цель работы – выявить и обобщить основные факторы формообразования в современных логотипах Иордании на примере информационно-новостных ресурсов. **Методология** исследования: использованы аналитический и комплексный метод при систематизации и обобщении теоретического материала. При работе с иллюстративным материалом применены методы морфологического, композиционного, художественного, стилистического и комплексного анализа. **Научная новизна** работы заключается в расширении понимания специфики графического дизайна Иорданского Хашимитского Королевства за счет выявления факторов формообразования, а также композиционных и изобразительных параметров современных логотипов Иордании. **Выводы.** В статье доказано, что основным фактором формообразования современных логотипов Иордании является, в первую очередь, архитектурные, композиционные и пластические особенности традиционного арабского каллиграфического письма, которое выступает как в качестве текста, так и его визуальной формы. Другими факторами можно считать композиционное построение и развитие влиянием западной культуры графически-образную систему реалистической и стилизованной иллюстрации.

Ключевые слова: графический дизайн, логотип, формообразование, знак, Иордания, традиция, арабская каллиграфия.

Al Ravashdeh Samer, postgraduate of Department of Design and Architecture Basics, Lviv Polytechnic National University

Factors of form creating of modern Jordanian logos

The purpose of the work is to identify and generalize the main factors of form creating in modern logos of information and news resources of Jordan. **The methodology** of the research involves the use of complex and analytical methods in systematizing and generalizing theoretical material, as well as methods of artistic, visual, stylistic, morphological-compositional, geometric and complex analysis when working with illustrative material. **The scientific novelty** of the work is to broaden the understanding of the specificity of the graphic design of the Hashemite Kingdom of Jordan by discovering the factors of shaping, as well as the composite and figurative parameters of the modern Jordanian logos. **Conclusions.** The article proves that the main factor of the formation of the modern logos of Jordan is, first of all, the

architectonic, compositional and plastic features of the traditional Arabic calligraphy writing, which serves both as a text and its visual form. Other factors include the visual language of the traditional Jordanian ornament, as well as the graphic-figurative system of realistic and stylized artwork developed under the influence of Western culture.

Key words: graphic design, logo, form creating, sign, Jordan, tradition, Arabic calligraphy.

Актуальність теми дослідження. До середини ХХ ст. Йорданія була одним з найбільш відсталих в економічному та культурному зрізі регіонів арабського світу, а відносно нещодавня інтеграція королівства в загальноарабський рух відродження дозволила в короткий термін вийти на шлях активного розвитку, у тому числі й у мистецькій сфері. Художні пошуки в галузі графічного дизайну є важливим фактором на шляху формування нової парадигми візуальної культури Йорданії ХХ-ХХІ століття. Розуміння специфіки його розвитку сприятиме розширенню розуміння загальної картини сучасного мистецького процесу в країні та дозволить увиразнити ключові риси національної моделі йорданського дизайну.

Аналіз досліджень і публікацій. Останніми роками інтерес з боку науковців до культури арабського сходу невпинно зростає. Це пояснюється як загальними глобалізаційними процесами у світі, так і унікальністю тих мистецьких здобутків та традицій, які активно переосмислюються сучасними митцями. Водночас, попри увагу зарубіжних та вітчизняних науковців до культури арабських країн, мистецькі процеси в Йорданії лише частково висвітлені в працях науковців. У контексті еволюції арабського мистецтва загалом йорданську художню культуру згадують дослідники І. Аль-Фарук, Т. Буркхард, О. Грабар, М. Піотровський, Т. Стародуб [10; 12; 14; 6; 7]. Арабський орнамент та каліграфію досліджують М. Кайтука Акбі (1993), М. Кауч [4; 5]. В останніх дисертаційних дослідженнях предметом інтересу найчастіше стає проблематика розвитку архітектури, організація простору народного житла, розвиток та вплив традиційних ремесел на сучасне мистецтво. Такі питання розглянуто в дослідженнях А. Абу-Хані (1995), Х.Аль-Найрата (2005) [1; 2]. Окремі питання розвитку графічного дизайну порушені в працях Е. Абу-Авада, А. Алкарубі [9; 11]. Водночас цілісного дослідження, присвяченого графічному дизайну Йорданії та проблематиці формотворення логотипів, досі не було.

Метою дослідження є розкриття та узагальнення основних чинників формотворення в сучасних логотипах інформаційних ресурсів Йорданії – телевізійних каналів та періодики.

Виклад основного матеріалу. Одним із ключових чинників формування візуального ландшафту сучасності та системи комунікації в соціальному середовищі є графічний дизайн, а його основним завданням є візуалізація інформації та передача повідомлень. У наукових працях AIGA (Американського інституту графічного мистецтва) графічний дизайн визначається як мистецтво та практика планування та проектування ідей та досвіду з наочним та текстовим змістом [13, 200]. Традиційні сфери графічного дизайну – реклама, друковані видання, пакування, інформаційні системи та системи візуальної комунікації – сьогодні суттєво розширені завдяки технологічному прогресу. Форма, якої набуває графічний дизайн сучасності, може бути не лише матеріальною але й віртуальною, охоплюючи дизайн цифрового середовища – веб-дизайн, мультимедійний дизайн тощо. Таке розширення завдань та сфер функціонування графічного дизайну дозволяє сучасним дослідникам застосовувати термін «комунікативний дизайн» [15, 7].

У Йорданії протягом останніх десятиліть комунікативний дизайн активно розвивається в усіх галузях – в інформаційній, рекламній, корпоративній, а специфіка національної культури дозволяє вести мову про його характерні ознаки та тенденції розвитку. Будучи ще до середини ХХ ст. напівзалежною аграрною країною, Йорданія сьогодні стрімко інтегрується у світове співтовариство, а культурно-мистецькі здобутки країни демонструють рівноправне партнерство в художньому житті арабських країн. Характерною рисою процесу культурогенезу Йорданії була його початкова орієнтація на досвід західноєвропейського мистецтва. Такий стан речей дозволив перейняти нові мистецькі форми, а тяжіння до сучасного побуту та стилю життя активізувало напрями предметно-просторового та комунікативного дизайну. Звернення дизайнерів до західних практик у сфері проектування та класичних традицій арабомусульманської культури дозволяє вести мову про національний, базований на традиціях підхід з рисами регіональної самобутності та виразності. Простежити синтез традицій та новацій у дизайні Йорданії пропонуємо на прикладі ідентифікаційної графіки, яка набуває розвитку паралельно з соціально-культурною та економічною сферами. Основним елементом ідентифікаційної графіки, що найчастіше використовується в корпоративному дизайні, є логотип. Термін «логотип» виник в Європі у ХVІІІ ст. як синонім типографічного поняття «лігатура» – середньовічного способу прискорення письма та економії місця шляхом злиття двох чи більше графем. Пізніше терміном «логотип» позначали цілісні друкарські кліше, що відтворювали часто вживані слова та словосполучен-

ня. В процесі розвитку промислового виробництва та в міру виникнення потреби у візуальній ідентифікації термін «логотип» закріпився як усталене накреслення найменування товару, виробника чи постачальника [3, 5]. Отже, виникнувши як функціональний елемент типографіки та поліграфічного виробництва, логотип лише з кінця XIX ст. почав використовуватись як упізнаваний елемент візуальної ідентифікації, набуваючи образних ознак та художніх характеристик.

Основною функцією логотипу як елемента ідентифікаційної графіки є створення візуального стереотипу, що миттєво ідентифікує певний об'єкт (інтернет-ресурс, фірму, організацію, установу тощо). Для аналізу нами було обрано елементи візуальної ідентифікації газет та телеканалів Йорданії. Морфологічний аналіз та класифікація цих логотипів за композиційно-образною побудовою та способом графічного накреслення дозволить виявити основні чинники формотворення та вивести певний алгоритм у використанні традицій та новацій йорданськими дизайнерами.

Основними складовими, що формують візуальний образ логотипу, є словесно-шрифтовий та зображальний елементи. Суто шрифтовий логотип будується на основі окремих літерних символів або слів, логотип комбінований містить унікальне шрифтове накреслення та зображення. При цьому зображення та шрифт можуть бути нерозривно поєднані між собою (синтетичний логотип) або існувати (та навіть використовуватись) автономно (універсальний). В Йорданії, як і в інших арабоязичних країнах, особливістю словесно-шрифтових логотипів є характерна графічна мова самого шрифту. Навіть таке поняття, як «лігатура», є історично усталеним в арабському письмі та використовується при сполученні певних літер, наприклад, «аліф» та «лям». Формально-пластичні ознаки шести основних стилів арабського письма – «куфі», «сульс», «насах», «талік», «дівані» та «рік'я», своєрідність та автентичність їхньої графічної мови, оригінальність малюнка, гармонійність та декоративна виразність знаходять сьогодні місце у формотворенні елементів корпоративної ідентифікації й поза межами арабського світу. Максимально наближеними за морфологічними ознаками до сучасних логотипів є традиційні типографічні композиції-рисунок до аятів Корану – «тугра» (каліграма) [5, 17]. Тривала іконоборницька традиція зумовила домінуюче становище геометрично-рослинної орнаментики та каліграфії в мистецтві Йорданії, і сьогодні такий підхід великою мірою визначає морфологію логотипів країни.

Перша група логотипів утворена словесно-шрифтовими ідентифікаційними знаками. В Йорданії тривале перебування під британським протекторатом зумовило масштабне використання латинської абетки поряд з арабським письмом, відтак шрифтові логотипи часто містять подвійне шрифтове накреслення чи мають два альтернативні накреслення латинським та арабським шрифтом. Такий прийом спостерігається як в ідентифікаційних знаках інформаційних ресурсів, так і в логотипах урядових організацій, вищих навчальних закладів, культурних проєктів, у закладах сфери обслуговування. Образно-інформаційний зміст у логотипах цього виду формується завдяки художнім та формальним характеристикам шрифтових елементів. Треба відмітити, що через самі лише образні та пластичні ознаки арабської каліграфії такі логотипи європейцями сприймаються цілісно та монолітно. Основними чинниками формування таких логотипів можна виділити композиційну побудову, пропорції окремих елементів, співвідношення крапка/лінія/пляма. Водночас саме стилістика та образні характеристики арабської в'язі в шрифтовому блоці є ключовими у формуванні таких логотипів. Вони визначають диктуючі лінії, пластичні параметри та задають логотипу композиційні характеристики – динаміки при використанні шрифтів *насах* або *сульс* (телевізійні канали «Азхарі TV», «Роя TV», «Карамеш», газета «Аль Рай») чи статичності та рівноваженості при використанні шрифту *куфі* (телеканали «Аль Хакека», «Акаба TV», газети «Ассабеель», «Аль Хад», «Аль Ахалі»). Мону-ментальні форми *куфі*, а також характерні для арабської в'язі лігатури формують цілісні, виразні та читабельні логотипи. Образності, ритму та вишуканої лаконічності надають графічним знакам повторювані верхні або нижні виносні елементи, діагональні або вертикальні гачкоподібні штрихи. До прикладу, у логотипі газети «Ассабеель» кількість однакових гачкоподібних елементів сягає семи, створюючи справді високий зразок сучасної типографіки.

При одночасному використанні арабського та латинського шрифтів спостерігаємо певний конфлікт форм. У логотипах телеканалів «Аль Давліях», «Аганіна TV» стилістика арабського курсиву не знаходить підтримки у формах латинського гротеску чи антикви і як наслідок – логотип втрачає цілісність та читабельність в обох варіантах накреслень. Водночас використання кольорової площини симетрично до геометризованої літери «F» у логотипі каналу міжнародних новин «Аль Хаджеджах», а також зведений до округлих форм текст латинкою дозволяє говорити про збалансованість композиції та узгодженість стилю основних шрифтових елементів. У логотипі телеканалу «Мерсал TV» здійснено спробу стилізувати латинський шрифт під арабську каліграфію, відтак шрифтовий блок має цілісний та формально єдиний характер. Написання в один рядок візуально руйнує різницю між

обома текстами, тому використано маркування кольором – червоний колір застосовано для арабського тексту, а жовтий для латинської транслітерації. Вдалий образний хід використано у типографічному логотипі телеканалу «А1». Візуально спершу сприймається форма латинської літери «А». Водночас її графема зібрана з червоної цифри «1», сформованої правим вертикальним штрихом, а також арабської літери «аліф», сформованої лівим діагональним штрихом.

В обраній нами групі ідентифікаційних знаків досить часто трапляються комбіновані логотипи, що поєднують текст та графічний символ. Як і в попередній групі шрифтових логотипів, чинниками формоутворення таких знаків можна вважати композиційну побудову, пропорції елементів та співвідношення крапка/лінія/пляма, стилістика шрифту, а також характер та пластичну мову графіки. В розглянутих нами логотипах можна виділити такі групи:

1. За взаємозумовленістю складових елементів логотипів: універсальні (автономність шрифтового та графічного символів); синтетичні (повне злиття та нероздільність шрифтового та графічного елементів). В універсальних логотипах зображення є формально незалежним від шрифтового елементу, а в єдиному комплексі їх утримує композиційна будова, пропорції та стилістика. На практиці універсальні логотипи можуть бути розділені на графічну та шрифтову компоненти для використання окремо. Такими, зокрема, є логотипи каналів «Jordan TV», «Arab motors», новинної агенції «Petra. Jordan news Agency». В синтетичних логотипах шрифт та зображення формують єдине ціле та є нероздільними завдяки органічному з'єднанню зображення зі шрифтом, або, навпаки, поглинанию шрифту зображенням. У таких знаках окремі компоненти втрачають самостійне художньо-образне чи інформаційне значення та працюють лише в синтезі. Найкращим прикладом синтетичного знаку є логотип газети «Альхад», де зліва від шрифту (в кінці слова, адже арабський текст читається справа наліво) подано інтернаціональне зображення символу «play». Сам по собі цей значок не несе змістового навантаження, однак в єдиній композиції з масивним геометризаним куфі стає символом спілкування «онлайн», задає динаміки, руху вперед. До синтетичних логотипів можемо віднести, також, ідентифікатори телеканалів «Аль Дистор», «Ярмук TV», «Звейна Баладна», «Аль Майд».

2. За композиційною побудовою: статичні, динамічні, контрастні, ритмічні, врівноважені. Найчастіше динаміки логотипам задає характер самого шрифту. Це стосується тих логотипів, де використано почерк насх або сульс. Такі логотипи є завжди контрастними, ритмічними й динамічними («Азхарі TV», «Роя TV»). У комбінованих логотипах графічне зображення досить рідко надає динаміки («Джафра TV», «Алаам Хаваа TV»). Найчастіше зображення подається по осі симетрії та працює на загальну рівновагу та статичність логотипу («Jordan TV», «Arab motors»).

3. За характером розміщення та пропорціями елементів: домінуючий шрифт та додаткове зображення (газети «Альхад», «Аль Майд»); домінуюче зображення та другорядний шрифт («Ярмук TV»); рівноцінність елементів (газета «Аль Рай»).

4. За співвідношенням основних графічних засобів: домінуюча лінія, лінійний рисунок зображення, простий шрифт («Азхарі TV», «Аль Дистор»); домінуюча пляма та робота силуету («Аль Рай», «А1»).

5. За стилем шрифту: арабська каліграфія насх, куфі, сульс, дівані, рік`я (стилізовані, декоровані, геометризани); антиква, гротеск, фантазійний, декоративний.

6. За характером та пластичною мовою графіки: двовимірний лінійний («Аль Майд»), двовимірний площинний («Аль Рай»), псевдооб'ємний («Шада TV»), реалістичний («Jordan TV»), абстрактний («Аль Хаджеджах»), стилізований («Аль Арраб TV»), монохромний («Аль Арраб TV»), поліхромний («Карамеш»), ахроматичний («Авто TV»).

7. За зображуваним образом: а) геометрична форма: коло, трикутник, ромб, квадрат («Шада TV»); б) предметний світ: механізми, зброя («Аль Майд»), архітектурні споруди («Аль Дистор»); в) геральдичні символи: кольори національного прапора Йорданії («Ярмук TV», «Звейна Баладна»), г) географічні символи (земна куля («JoSat», «Petra. Jordan news Agency»), картографічна форма Йорданії («Аль Ахалі», «Звейна Баладна»); д) живі істоти (птахи («Тойор аль Джанах»), тварини, стилізована людина («Ярмук TV»).

Доведено, що більшість сучасних логотипів Йорданії містять графічні зображення, які мало говорять про національну ідентичність країни. Причиною використання йорданськими дизайнерами загальновідомих упізнаваних зображень та міжнародних символів є багатовікова іконоборницька традиція ісламського Сходу. Відмова від художнього уявлення та образного втілення живих істот дозволила, натомість, розвинути архітектуру, художні ремесла та мистецтво каліграфії. Саме формальні, пластичні та стильові ознаки останньої найвиразніше демонструють вплив традиції та ідентичність у сучасному графічному дизайні Йорданії [7, 73].

Наукова новизна полягає в тому, що вперше комплексно досліджено проблему формотворення в ідентифікаційній графіці сучасної Йорданії на прикладі логотипів телевізійних каналів та інформаційно-новинних друкованих ресурсів. У статті здійснено комплексний морфологічний та графічно-композиційний аналіз логотипів, виявлено їхні характерні особливості та визначено чинники формотворення.

Висновки. Доведено, що елементи візуальної ідентифікації сучасної Йорданії цілком вписуються в усталену класифікацію логотипів та поділяються на словесно-шрифтові, зображальні та комбіновані (універсальні та синтетичні). Основними чинниками формотворення розглянутих логотипів є композиційна побудова, пропорції окремих елементів, співвідношення крапка/лінія/пляма, стилістика та образні характеристики шрифту (головно, арабської в'язі), а також характер та пластична мова графіки. У статті з'ясовано, що більшість сучасних логотипів Йорданії містять загальноновідомі упізнавані зображення та міжнародні символи, які майже не виявляють національної ідентичності країни. Натомість формальні, пластичні та стильові ознаки арабської каліграфії найвиразніше демонструють вплив традиції та ідентичність у сучасному графічному дизайні Йорданії.

Література

1. Абу-Хани А. Художественная организация интерьера народного жилища Иордании (национальные традиции): автореф. канд. искусствоведения, 17.00.06 / А. Абу-Хани. – Москва, 1995 г. – 20 с.
2. Аль-Найрат Х. Вплив народних традицій на формотворення предметно-просторового середовища сучасного житла (на прикладі країн Аль-Шама): автореф. канд. мист. 05.01.03/ ХДАДМ, Харків. 2005. 20 с.
3. Безсонова Л. Морфологія логотипа в системі ідентифікаційної графіки / Л. Безсонова. Вісник ХДАДМ, Харків. 2011. №3.С.4 – 7.
4. Кайтука Акби М. Орнамент в народном искусстве Иордании: автореф. канд. искусствоведения, 17.00.06 Москва. 1993. 20 с.
5. Кауч М. Творческая каллиграфия. Искусство красивого письма. Минск, Белфакс. 1998. 127 с.
6. Пиотровский М. О мусульманском искусстве. СПб, «Славия», 2001. 144 с.
7. Стародуб Т. Исламский мир: Художественная культура VII-XVII вв.: архитектура, изображение, орнамент, каллиграфия. Москва, Восточная литература. 2010. 256 с.
8. Хусни Абу К. Основные тенденции развития изобразительного и декоративно-прикладного искусства Иордании 1980-1990-х гг.: автореф. канд. искусствоведения, 17.00.06. Москва 1998. 20 с.
9. Abu-Awad E. Notes on the Vocational Axis and Practical Training in Design Specialties. Forum on development and updating the special standards for interior and graphic design. Held 22-May-2004. Amman National University. Ministry of High Education and Scientific Research. Amman, Jordan. 2004.
10. Al-Faruqi I. The Cultural Atlas of Islam, New York, 1986
11. Alkharoubi A. Modern arabic calligraphic-based logos. ProQuest LLC, 2013.
12. Burckhardt T. Art of Islam. London, 1976.
13. Cezzar J. What is graphic design? / J.Cezzar// The AIGA Guide to Careers in Graphic & Communication Design. – NY : Blumsburry, 2017.
14. Grabar O. Introduction in Treasures of Islam, London, 1985.
15. Shedroff N. Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design. Information Design. The MIT Press, 2000. 376 p.

References

1. Abu-Khani A. (1995). Khudozhestvennaya organizatsiya interera narodnogo zhilishcha Iordanii (natsionalnye traditsii). Extended abstract of candidate's a thesis. Moskva. [In Russian].
2. Alj-Najrat Kh. (2005). Vplyv narodnykh tradycij na formoutvorennja predmetno-prostorovogho seredovyshha suchasnogho zhytla (na prykladi krajyn Alj-Shama). Extended abstract of candidate's a thesis. Kharkiv. [in Ukrainian].
3. Bezsonova L. (2011). Morfologhija loghotypa v systemi identyfikacijnoji ghrafiky. Visnyk KhDADM, Kharkiv. 3, 4-7 [in Ukrainian].
4. Kaytuka Akbi M. (1993). Ornament v narodnom iskusstve Iordanii. Extended abstract of candidate's a thesis. Moskva. [In Russian].
5. Kauch M. (1998). Tvorcheskaya kalligrafiya. Iskusstvo krasivogo pisma. Minsk: Belfaks. [In Russian].
6. Piotrovskiy M. (2001). O musulmanskom iskusstve. SPb: Slaviya. [In Russian].
7. Starodub T. (2010). Islamskiy mir: Khudozhestvennaya kultura VII-XVII vv.: arkhitektura, izobrazhenie, ornament, kalligrafiya. Moskva: Vostochnaya literatura. [In Russian].
8. Khusni Abu K. (1998). Osnovnye tendentsii razvitiya izobrazitel'nogo i dekorativno-prikladnogo iskusstva Iordanii 1980-1990-kh gg. Extended abstract of candidate's a thesis. Moskva. [In Russian].
9. Abu-Awad E. (2004). Notes on the Vocational Axis and Practical Training in Design Specialties. Forum on development and updating the special standards for interior and graphic design. Amman National University. Ministry of High Education and Scientific Research. Amman. [In English].

10. Al-Faruqi I. (1986). The Cultural Atlas of Islam, New York. [In English].
11. Alkharoubi A. (2013). Modern arabic calligraphic-based logos. ProQuest LLC [In English].
12. Burckhardt T. (1976). Art of Islam, London. [In English].
13. Cezzar J. (2017). What is graphic design? The AIGA Guide to Careers in Graphic & Communication Design. NY : Blumsburry. [In English].
14. Grabar O. (1985). Introduction in Treasures of Islam, London. [In English].
15. Shedroff N. (2000) Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design. Information Design. NY: The MIT Press. [In English].

Стаття надійшла до редакції 21.09.2018 р.

УДК 7.016.4

Богданов Микита Миколайович
старший викладач кафедри сценічного та
аудіовізуального мистецтва Інституту сучасного
мистецтва Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв, аспірант НАКККиМ
ORCID: 0000-0001-5344-4113
nikitabogdanov01@gmail.com

ЕФІРНІ КВОТИ НА РАДІОСТАНЦІЯХ У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ВИРОБЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО МУЗИЧНОГО ПРОДУКТУ

Мета роботи. Шляхом аналізу сучасних наукових досліджень та спеціалізованих джерел дослідити міжнародний досвід проведення національної політики щодо запровадження квот на аудіо- та медіаринках та перспектив реалізації вказаної політики в Україні. **Методологія** дослідження полягає у застосуванні формального та компаративного методів для розгляду європейського досвіду щодо проведення національної політики у запровадженні квот в інформаційному просторі; вивченні українського ринку музичної радіопродукції (на прикладі 2014–2016 років), як передумов нормалізації квотного законодавства, а також у виявленні плюсів та мінусів квотної політики, як можливості популяризації україномовного музичного контенту. **Наукова новизна** роботи полягає у розкритті основних положень щодо існуючого в світовій практиці феномену «ефірних квот на музичний контент для радіостанцій» та у виявленні ключових аспектів та проблем щодо актуальності та раціональності даної практики в XXI столітті в епоху «Інтернету». **Висновки.** Аналіз європейського досвіду та спеціалізованих джерел дозволив зробити висновки, що квоти – це важливий внутрішньополітичний фактор популяризації національного музичного продукту. На державному рівні законодавець повинен враховувати такий рівень та структуру квот, які будуть відповідати медійному ринкові і не перешкоджати зростанню або обмежувати розмаїття у цьому секторі. Загальні обсяги квот збалансовуються відповідно до можливостей виробництва на ринку, з метою сприяння інвестиціям. Водночас, доцільним є надання субсидій або податкових пільг на виробництво продукції з метою найбільш ефективною підтримки розвитку україномовної музичної продукції.

Ключові слова: квоти, радіо, ефірне радіомовлення, контент, ефірний час, плей-лист, молоді таланти, гарячі ротації, PR, маркетинг, цільова аудиторія, медіа, просування, українська електронна танцювальна музика, український музичний продукт.

Богданов Микита Николаевич, старший преподаватель кафедры сценического и аудиовизуального искусства Института современного искусства Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств, аспирант НАРККиИ

Эфирные квоты на радиостанциях в мировой практике как стимулирующее средство производства отечественного музыкального продукта

Цель работы. Путем анализа современных научных исследований и специализированных источников исследовать международный опыт проведения национальной политики в отношении введения квот на аудио- и медиарынках и перспектив реализации указанной политики в Украине. **Методология** исследования заключается в применении формального и сравнительного методов для рассмотрения европейского опыта по проведению национальной политики в введении квот в информационном пространстве; изучении украинского рынка музыкальной радиопродукции (по состоянию на 2014-2016 годы), как предпосылок нормализации квотного законодательства, а также в выявлении плюсов и минусов квотной политики, как возможности популяризации украиноязычного музыкального контента. **Научная новизна** работы заключается в раскрытии основных положений по существующему в мировой практике феномена «эфирных квот на музыкальный контент для радиостанций» и в выявлении ключевых аспектов и проблем по актуальности и рациональности данной практики в