

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Рівненський державний гуманітарний університет

**ФІЛОСОФІЯ.
ПЕДАГОГІКА.
СУСПІЛЬСТВО**

Збірник наукових праць РДГУ

Випуск 2

Засновано у 2011 році

Рівне – 2012

УДК 1+37+316.3
ББК 87+74+60
Ф-561

Рецензенти: **Закович М. М.** – д. філос. н., професор кафедри культурології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова;

Лісова С. В. – д. пед. н., професор, директор Інституту педагогічної освіти Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янука, дійсний член АПСН;

Троян С. С. – д. і. н., професор, завідувач кафедри міжнародних відносин і країнознавства Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету

Ф-561 **Філософія. Педагогіка. Суспільство :** Збірник наукових праць Рівненського державного гуманітарного університету. Вип. 2. – Рівне : видавець О. Зень, 2012. – 399 с.

ISBN 978-617-601-024-1

Концепція збірника базується на науковій актуалізації методологічних засад гуманітарного знання і висвітленні духовно-практичного потенціалу наук про людину і суспільство. Розрахований на фахівців гуманітарних і соціально-політичних наук.

УДК 1+37+316.3
ББК 87+74+60

ISBN 978-617-601-024-1

© Рівненський державний
гуманітарний університет, 2012

Головний редактор:

Шугаєва Л. М. – д. філос. н., професор, завідувач кафедри філософії Рівненського державного гуманітарного університету

Редакційна колегія:

Булига І. І. – к. філос. н., доцент кафедри філософії Рівненського державного гуманітарного університету (відповідальний редактор).

Вербець В. В. – д. пед. н., професор, декан художньо-педагогічного факультету Рівненського державного гуманітарного університету.

Гон М. М. – д. політ. н., професор, завідувач кафедри політичних наук Рівненського державного гуманітарного університету.

Докаш В. І. – д. філос. н., професор, завідувач кафедри соціології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Дем'янюк Т. Д. – к. пед. н., професор, завідувач кафедри теорії і методики виховання Рівненського державного гуманітарного університету, заслужений працівник освіти України.

Дичківська І. М. – к. пед. н., доцент, професор кафедри педагогіки і психології (дошкільної) Рівненського державного гуманітарного університету, член-кореспондент АПСН (відповідальний редактор).

Жилюк С. І. – д. і. н., професор, завідувач кафедри релігієзнавства Національного університету «Острозька академія»

Литвиненко С. А. – д. пед. н., професор, професор кафедри практичної психології та психотерапії Рівненського державного гуманітарного університету.

Малафійк І. В. – д. пед. н., професор, завідувач кафедри загальної і соціальної педагогіки та акмеології Рівненського державного гуманітарного університету, член-кореспондент АПСН.

Павелків Р. В. – д. психол. н., професор, академік Академії наук Вищої школи України, директор Інституту психології та педагогіки, проректор, завідувач кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету, заслужений працівник освіти України, відмінник освіти України.

Пальчевський С. С. – д. пед. н., професор, професор кафедри загальної педагогіки та акмеології Рівненського державного гуманітарного університету, заслужений учитель України.

Петренко О. Б. – д. пед. н., доцент, професор кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету.

Поніманська Т. І. – к. пед. н., професор, проректор з наукової роботи, завідувач кафедри педагогіки і психології (дошкільної) Рівненського державного гуманітарного університету, член-кореспондент АПСН, відмінник народної освіти України.

Постоловський Р. М. – к. і. н., професор, ректор, завідувач кафедри всесвітньої історії Рівненського державного гуманітарного університету, заслужений діяч науки і техніки України, член-кореспондент Міжнародної слов'янської академії наук, член-кореспондент АПСН.

Саух П. Ю. – д. філос. н., професор, академік Академії наук Вищої школи України, почесний академік Міжнародної кадрової академії, ректор, завідувач кафедри філософії, Житомирського державного університету імені Івана Франка, заслужений працівник освіти України.

Стоколос Н. Г. – д. і. н., професор, завідувач кафедри філософії і соціальних наук Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету.

Швецова-Водка Г. М. – д. і. н., професор, професор кафедри бібліотекознавства і бібліографії Рівненського державного гуманітарного університету.

Яроцький П. Л. – д. філос. н., професор, головний науковий спеціаліст Відділення релігієзнавства Інституту філософії імені Г. С. Сковороди НАН України.

*Друкується за рішенням Вченої ради
Рівненського державного гуманітарного університету
Протокол № 7 від 27 січня 2012 р.*

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації:
Серія КВ № 17745-6595Р

Адреса редакції:
кафедра філософії, Рівненський державний гуманітарний університет,
вул. Остафова, 29, м. Рівне, 33027

ЗМІСТ

<i>Бабак І. В.</i>	9	Феноменологія національної та етнічної ідентичності в контексті розвитку самосвідомості особистості
<i>Докаш В. І.</i>	17	Предестинаційна есхатологія Якова Армінія
<i>Ліщук Н. Д.</i>	25	Екзистенційні мотиви вибору конфесійної належності віруючими пізньопротестантських напрямків
<i>Мельничук М. С.</i>	36	Філософсько-релігієзнавчий аналіз модернізаційних тенденцій у мистецтві сучасного протестантизму
<i>Мельничук Ю. І.</i>	46	Православна проповідь як соціокультурне надбання українського народу
<i>Мишков В. Я.</i>	57	Старообрядницька полемічна література XVIII століття та її філософський зміст
<i>Коберник Н. І.</i>	68	Соціально-культурні передумови формування світогляду Кирила і Мефодія
<i>Руденко Н. М.</i>	78	Проблема не насилля в християнстві
<i>Шугаєва Л. М.</i>	85	Основні тенденції розвитку релігій у глобалізованому світі
<i>Шамсутдинова-Лебедюк Т. Н.</i>	95	Сучасні взаємовідносини чоловіка й жінки в ісламі
<i>Шевчук К. С.</i>	107	Основна проблематика творчості Георгія Челпанова Київського періоду

Педагогіка

<i>Вербець В. В.</i>	121	Феноменологічні засади духовності студентської молоді
<i>Дзюбишина Н. Б.</i>	133	Реформування освіти у контексті чеського національно відродження (кінець XVIII – перша половина XIX ст.)
<i>Доманюк О. М.</i>	143	Форми роботи дошкільного навчального закладу та сім'ї з проблеми соціального розвитку дітей дошкільного віку у теорії та практиці дошкільної освіти
<i>Кокарева А. М.</i>	153	До проблеми особливостей організації навчального процесу в умовах кредитно-модульної підготовки
<i>Литвиненко С. А., Павелків К. М.</i>	160	Формування рефлексивної культури у професійно-педагогічній підготовці майбутнього вчителя
<i>Мисик І. Г.</i>	170	Об особенностях института непрерывного образования в Украине
<i>Мишкарьова С. В.</i>	185	Організаційні засади діяльності православних братств у Західній Україні у міжвоєнний період 1921-1939 рр.
<i>Нечипорук Л. І.</i>	194	Діалог у комунікативній діяльності особистості як соціальна вимога XXI століття
<i>Пальчевський С. С.</i>	204	Проблеми змісту освіти у світлі її сучасної філософії

<i>Петрук Л. П.</i>	212	Формування мисленнєво-мовленнєвої культури фахівців гуманітарного профілю у процесі вивчення курсу «Риторика»
<i>Руденко В. М.</i>	220	Педагогічна рефлексія культури в умовах глобалізації освіти
<i>Смолінчук Л. С.</i>	230	Роль і місце тестування у системі методів оцінювання якості освіти
<i>Сорочинська Т. А.</i>	237	Формування засад моральної культури радянського вчителя у педагогічних закладах Рівненщини (1939-1950-ті рр.): історико-педагогічний дискурс
<i>Тадєєва І. М.</i>	247	Виховання гуманних якостей обдарованих дітей молодшого шкільного віку
<i>Тимочко І. Б.</i>	258	Створення народних бібліотек-читалень як один із напрямків просвітницько-громадянської діяльності православних братств Волинського краю (друга половина XIX – початок XX століття)

Суспільство

<i>Гон М. М.</i>	269	Особливості формування української історичної пам'яті в час демократичного транзиту
<i>Грипич С. Н.</i>	286	Інформатизація сучасного суспільства: стан, проблеми, перспективи
<i>Десятничук І. О.</i>	298	Свобода слова та вплив громадської думки у Чехословаччині періоду «Празької весни»

<i>Лукомська О. І.</i>	310	Державні важелі регулювання банківської інвестиційної діяльності в Україні
<i>Павелків Р. В.</i>	324	Розуміння морального розвитку особистості у руслі психологічної парадигми
<i>Пержун В. В.</i>	339	Соціальна солідарність як чинник консолідації українського суспільства
<i>Ступницька Н. І., Ступницький В. В.</i>	350	Філософія теледозвілля як відображення української економіки
<i>Филипович Л. О., Гаврілова Н. С.</i>	360	Релігійна освіта в Україні: стан і перспективи
<i>Шкрібляк М. В.</i>	373	Історіософський аналіз архівних джерел про роль та місце «світського елемента» у суспільно-релігійних процесах Берестейського та Постберестейського періодів
<i>Ямницький В. М.</i>	388	Духовність особистості: психологічний підхід

УДК 316.1.17

Ступницька Н. І., Ступницький В. В.

ФІЛОСОФІЯ ТЕЛЕДОЗВІЛЛЯ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Охарактеризовано телевізійні шоу-реалії, подано спроба їх економічної оцінки, вказані причини їх популярності та наслідки для суспільства.

Ключові слова: сфера дозвілля, лотерея, учасник розіграшу, виплати, шоу-реалії, телепроєкт, культура.

Рассмотрено телевизионные шоу-реалии, проведена их экономическая оценка, определены причины их популярности та последствия для общества.

Ключевые слова: сфера досуга, лотерея, участник розыгрыша, выплаты, шоу-реалии, телепроєкт, культура.

There are described televisional realities- shows, it is given attempt them economic evaluation, indicated reasons of their popularity and consequences for society.

Keywords: sphere of leisure, lottery, participant of drawing, payment, show-reality, teleproject, culture.

Постановка проблеми. З розвитком суспільних відносин за рахунок задоволення всебічних потреб, починаючи з 70-х років ХІХст. сфера послуг зайняла домінуюче положення. Ця складова суспільних відносин надзвичайно потужно починає розвиватись з розвитком та впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій. В економічному плані суспільству запропоновано необмежений стандартизований достаток продуктів та велику кількість нестандартизованих продуктів і послуг. Відкритість національних економік теж акцентувала увагу на сфері послуг, яка з 80-х років минулого століття стає самостійною та прибутковою сферою економіки. В цій сфері починає виділятися та активізовуватись напрямок дозвілля.

Рівень розробки проблеми. Американський теоретик-культуролог Е. Тоффлер доводить наявність та потенціал економіки так званої «третьої хвилі». Ця економіка зародившись

після війни, заснована на наданні послуг та використанні інформаційних технологій, вже 50 років тому створила реальну загрозу індустріальній цивілізації з наступним знищенням її інститутів та цінностей епохи індустріалізму. Згодом Е. Тоффлер відзначає, що у майбутньому швидкість змін, судячи з усього, зростатиме, і результатом цього процесу стане глибока дезорієнтація людей, не підготовлених до наступу прийдешніх подій. Крім того, А. Моль, С. Г. Кара-Мурза, Р. Харріс у своїх працях підкреслюють, що мас-медіа стали одним з компонентів психосоціального місця існування людства, вони претендують на роль дуже потужного чинника формування світогляду особи і ціннісної орієнтації суспільства.

Згодом сфера розваг теж починає вивчатись. Даною проблемою посилено займаються і науковці. Зокрема, І. Л. Викентьев, досить глибоко пояснює зміст та чинники лотерейної діяльності, а саме, бажання легких грошей і швидкого збагачення [1].

Американські дослідники Даніель Канеман та Ангус Дітон доводять, що сфера розваг, зокрема лотереї, концентрується на необхідності відчувати ризик та смак перемог, і це відчуття досить «миттєво» передає телебачення, а сучасний Інтернет робить процес повторювальним у безкінечних відчуттях з можливістю їх моделювання [6].

Проте, оцінка розвитку дозвілля, зокрема розвиток шоу і загальний розвиток економіки практично не досліджується. Іншими словами, яким чином економіка та теледозвілля взаємопов'язані та взаємодіють, чіткої та однозначної відповіді в українському суспільстві немає. Тому, метою дослідження є вияв та оцінка співвідношення між розвитком цих послуг і рівнем розвитку економіки.

Відповідно **завданнями** дослідження є:

- вияв основних причин популярності цього сектора дозвілля;
- оцінка економічного аспекту проблеми розвитку вітчизняного теледозвілля;
- можливість управління та оцінка рівня управління даною сферою.

Виклад основного матеріалу. Розпад Радянського Союзу у інформаційній сфері різко активізував зміни самого телебачення та вніс пріоритети, які акцентувало телебачення. З розвитком вітчизняної економіки різко посилилась сфера електронного та телевізійного дозвілля. Це яскраво прослідковується у лотерейній діяльності.

Зокрема, за останні п'ять років український лотерейний ринок зріс на 27%, а у 2009 році його обороти навіть знизилися на 13% і скоротились до 87 млн. дол. США. Для порівняння: у Польщі продаж білетів сягає 500 млн. дол. на рік, а у Німеччині – 6 млрд. дол. [2].

Якщо в Радянському Союзі діяла тільки одна лотерея, то з отриманням незалежності ці ігри надзвичайно поширились. Нині на лотерейному ринку України працюють два оператори державних лотерей: ТОВ «МСЛ» і «Українська національна лотерея», які проводять низку лотерей різного типу

Починаючи з 2002 р. лотереї були переведені в он-лайн режим. Вдалий маркетинговий крок (для переможців лотереї – гравців, що вгадали 1 і результатів з 11 запропонованих у тиражі матчів – гарантувався призовий фонд у розмірі 20000 грн.), досить широка на перших порах маркетингова підтримка, в тому числі рекламна, значно підвищили ігрову активність гравців [21]. Маркетинговий захід забезпечив зростання обсягу продажу і залучення широких верств населення до ігор такого типу, та забезпечив грошову віддачу. Лотереї стали надзвичайно прибутковими комерційними та перспективними проектами.

Значна активізація лотерейного бізнесу привернула увагу уряду. Були впроваджені вимоги щодо мінімального розміру статутного фонду. Це спричинило те що, дрібні компанії пішли з ринку. Загалом, це призвело до різкого скорочення організаторів даного бізнесу. Ринок розділився на дві частини: майже 90% продажу забезпечували МСЛ (Лото-Забава, "Хто там", Мегалот) та УНЛ (Суперлото і «Кено»). Близько 10% ринку ділили між собою Телефортуна і Патріот. Ліцензією володів і Ощадбанк, але розіграшів фінустанова не проводила. Розклад сил на ринку зберігся, щоправда, гравців лишилося троє. Мінфін відібрав ліцензію в Телефортуни, яка займала близько 2% ринку [3].

Введення податкових пільг та спрощеної системи оподаткування також забезпечили розквіт ігрового бізнесу. Почалась масова організація ігрових автоматів. В соціальному плані це спричинило значні проблеми, які привели до кримінальних злочинів. Відповідно, у 2009 р. урядом вводиться повна заборона на гральний бізнес. Реально, це привело до того, що переважна частина грального бізнесу пішла у тіньову діяльність, а частина реорганізувались як Інтернет-кафе.

Система виплати виграшів включає: виграші до 1500 грн. включно, які декларуються, можна отримати на будь-якому терміналі. Насправді підприємницькі структури, що працюють з МСЛ, рідко мають право виплачувати виграші, що перевищують 200 грн., а на терміналах, що належать самому МСЛ, вкрай рідко буває сума більш як 500 грн. Регіональні представництва МСЛ, де дійсно суму до 1500 грн. можна отримати досить легко, розміщені лише в обласних центрах, але виграші виплачуються не щодня, а за графіком [2].

Виграші понад 1500 грн. отримати значно складніше. Вони оформляються в регіональних відділеннях МСЛ, потім передаються до центрального офісу, де оформляється безготівкове перерахування на рахунки гравців у банківських установах. Причому, згідно з правилами гри, таке перерахування здійснюється протягом двох місяців, і цей термін часто не дотримується. Таким чином, порушується один з важливих психологічних принципів будь-якої гри: виграні гроші знову вкладаються у гру. Особливо відчутно від проблем з отриманням виграшів потерпають гравці-«системники», які, роблячи ставки на значні суми і тим самим перекриваючи важкопрогнозовані результати тиражів, переважно й виграють суми понад 1500 грн. Таким чином, відбувається вимивання обігових коштів у тієї цільової аудиторії гравців, яка, як зазначалося, робить переважну кількість ставок. Звісно, проблема отримання виграшів значно підриває довіру населення до оператора і до гри.

Лотереї спорту фактично представлені в Україні тільки однією грою – «Спортпрогноз» (МСЛ), продаж якої в середньому становить трохи більше 20 тис. грн. [3]. Даний сегмент любителів угадувати результати спортивних змагань відібрали в лотерей букмекерські контори.

Вкажемо і на ефективність організаторів цього лотерейного бізнесу. Так, за наявності термінальної мережі запуск нової числової лотереї коштуватиме близько 1 млн. дол. США, у той час як на миттєву лотерею доведеться витратити в середньому 100 тис. дол [3].

Організатори лотерейного бізнесу відзначають його невисоку рентабельність. За їх словами, 50% виручки вони спрямовують до призового фонду, 25% з обороту платять як податок, близько 15–20% доходів іде на утримання та обслуговування системи реєстрації ставок. У 10% продажу обходяться реклама та телефір, ще 5% отримують реалізатори. У підсумку компаніям залишається 5–10% обороту. Приблизно стільки само отримують й іноземні компанії [3].

Економічна основа лотерейного підприємництва базується лише на залученні учасників у розіграші. Для України цими учасниками стають 15–20% дорослого населення, а час від часу грає майже половина дорослого населення.

Існує 5 основних видів лотерей. Про виграш у миттєвій лотереї гравець дізнається майже відразу після купівлі квитка – достатньо стерти спеціальне покриття або відкрити конверт і прочитати про результати гри. В Україні розігрується близько двох десятків таких лотерей із призами від 5 до 250 тис. грн. Виграшним є в середньому кожен четвертий квиток. Частина миттєвих лотерей комбіновані. Наприклад, гравця запрошують на телебачення, де розігрують більший приз [5].

Для отримання призу в лотереї типу «тото» гравець має вгадати результати не менш, ніж 8 спортивних змагань. У лотереї «Спортпрогноз», МСЛ, учасникам пропонують угадати результати 11 футбольних матчів. Призи виплачують тим, хто правильно спрогнозував 9, 10 або 11 результатів. За 11 вгаданих пар у середньому платять 10–20 тис. грн., за 10 – 3–4 тис. грн., за 9 – 2 тис. грн. Найбільший виграш сумою 4658 тис. грн. було виплачено за 10 вгаданих спортивних результатів [5]. Практично, сума виграшу в цій лотереї залежить від кількості переможців і складності прогнозу, який визначається футбольними експертами.

Інша лотерея – це так звана розрядна. В ній квиток продають із задалегідь вказаним номером. Гравець стає переможцем, якщо номер збігається з опублікованим. В Україні таких лотерей немає.

У числовій лотереї учасник має вгадати числа. Найпопулярніша числова лотерея в Україні – «Суперлото» (Українська національна лотерея). Вгадавши три числа з шести, гравець одержує приз – 15 грн., чотири – 75 грн., п'ять – 3 тис. грн., 5 чисел і додаткову кулю – 300 тис. грн., шість – джекпот. Зараз він становить 25,65 млн. грн [5]

Гравець лотереї бінго купує квиток з уже надрукованими цифрами в матрицях. Під час розіграшу він викреслює з таблиці цифри, що випали. Переможцем стає той, у кого із закреслених цифр утворилася пряма лінія. До лотерей «бінго» належить Лото-Забава. Якщо гравцеві вдасться викреслити одну вертикальну лінію квитка, він отримує приз у 5–12 грн., за дві лінії – 150–800 грн., за три – 300 тис. грн. Той, хто викреслив три лінії, у яких не буде жодної підкови замість цифри, зірве джекпот, який досить великий – 3 млн. грн [5].

Інший аспект лотерейної розваги – це досить слабка боротьба організаторів за своїх клієнтів. У 2013 році закінчується термін дії ліцензій, виданих компаніям. Враховуючи вкрай нестабільну економічну ситуацію в країні, викликану світовою фінансово-економічною кризою та змінами у системі вітчизняного оподаткування, ніхто з операторів не береться прогнозувати перспективи лотерейного ринку. Відповідно інвестиції в цю галузь розваг надходять досить обмежено та обережно.

Щодо лотерейних розваг, то вони стали масовими за рахунок технологій Інтернету, а привабливим через бажання «заробити» в умовах, коли у суспільстві майже не платять, а суспільною цінністю виступають лише гроші. По своїй природі – це розвага, яка вимагає лише видатки із власного бюджету.

Іншим аспектом дозвілля українців, який останнім часом набув великої популярності, стали реаліті-шоу. Це засвідчує новий телесезон 2011 року. Він насичений всілякими реаліті-шоу. Специфіка його проявилась в тому, що учасниками стають не професійні актори та ведучі, а представники народу.

Так, на провідних каналах проводяться десятки кастингів у різні телепроекти. Серед них, наприклад, проект «Міняю жінку», який досить популярний серед переглядів у колі сім'ї. Інша шоу-реальність «Холостяк», популярна у молоді, переважно дівчат,

віком від 15 до 35 років, які мають наміри організувати сім'ю та одночасно кардинально вирішити фінансові проблеми, тобто забезпечити безбідне сімейне життя.

Популярність телепроєкту «Міняю жінку» зумовлена соціальними аспектами української дійсності. Перш за все, це можливість відірватись від сімейного повсякдення, а для учасниць проєкту – можливість відпочити, або «відірватись» за рахунок когось. Тобто у соціальному плані – це можливість побувати в кращих умовах, побувати у «казці». Адже всі витрати пов'язані з переїздом, проживанням, харчуванням, юридичним захистом покладаються на організаторів шоу. Крім того, участь у проєкті оплачується 8 тис. грн. Середній українській сім'ї такий дохід отримати за місяць досить важко. В той же час, шоу лишається шоу, адже, як говорять учасники, згідно сценарію потрібно змінювати свою поведінку, відносини та сімейну мораль [4].

Інше популярне телешоу каналу «1+1» «Без мандата». Популярність зумовлена публічністю, викриттям окремих надзвичайно гострих та проблемних соціально-економічних аспектів суспільства. Фактично, це картина на контрастах нашої реальності. З одного боку це влада та її можливості чи бездіяльність, а з іншого – середовище виживання пересічного українця в корумпованій та перепродажній системі цінностей.

Передача шоу швидко «видихнулась», це і не дивно. В українському суспільстві таких хронічних проблем безліч, а поодинокі їх вирішення загального ефекту не змінюють. В той же час, «народним політикам» «паритись» цими проблемами теж зиску нема, адже при цьому витрачай власні кошти, задіюй певні інституційні структури (практично які бездіють, хоча на них покладені функції щодо вирішення подібних проблем), в кінці кінців бери на себе відповідальність. Бюджетом передачі передбачено виплати учасникам із народу розміром 4 тис. грн., які направляються на вирішення нагальних потреб [4].

Що стосується самих телепроєктів, то практично всі шоу знімаються в квартирах героїв, або перетворюючи житло на телестудію, або «напихаючи» стіни житла прихованими камерами, як у «Розіграй рідних» (Новий канал).

Другий тип передач зорієнтований на проведення певних конкурсів з отриманням фіксованого виграшу. Це «Х-фактор», «Танцюють всі», «Україна має талант» та інші. Цей напрям передбачає зусилля самого учасника: пройти кастинг, підготовку, виступ. Шоу проводиться в декілька етапів. В той же час, дані передачі вимагають підтримки глядачів: голосування через смс-повідомлення. Хоча, реальних цифр витрат не відкривають, ці передачі частково забезпечують надходження доходів до операторів мобільного зв'язку і сплати податку ПДВ. Тільки за популярний скандал за вибір учасника євробачення від України смс-голосування сягнули розмірів до 2 тис. грн.

Щодо рейтингового та популярного телешоу «Холостяк», економічні аспекти його запуску та реалізації закриті, але можна виявити наступні закономірності.

Перш за все, умови участі в проекті. Це невиправданий ризик (стрибати з парашута, гірський швидкісний спуск тощо), пов'язаний з різними діями та подіями. Причому, це все детально прописано і визначеною. Здоров'я повинно бути ідеальним і готове витримувати фізичне та психологічне навантаження, що зазначено у контракті. Крім того, телеканал стає повним власником всієї інформації про учасниць, і на власний вибір може використовувати та публікувати її.

З іншої позиції участь у проекті. Вибір претенденток залишається повною таємницею. Але, аналізуючи інформацію про затверджених учасниць та інтернет-відгуки тих, хто не пройшов відбір можна зробити висновок, що є особи які відомі в межах вузького кола діяльності, але не популярні. Так. Саша, перекладачка у супроводі італійських осіб, Надя модель, Яна-співачка, але не відома і не популярна. А це не виключає можливість купівлі місця участі у проекті. Про це можна лише догадуватись із ознайомленням біографічних аспектів учасниць та і претендентки, які не пройшли кастинг частково це підтверджують. Щодо закінчення проекту, то стало очевидним, що учасник, він і головний герой, приймає участь тільки заради отримання грошей [<http://showbiz.delfi.ua/>].

Організація зйомок коштує теж не мало, і відбувається із орендою. Так, епізоди зустрічі з батьками Наді офіційно визнані всіма, як орендоване приміщення для проходження такої зустрічі.

Таким чином, всі шоу, які проходять на телебаченні вимагають дуже значних коштів. Виникає чисто логічне питання – хто, і за якої мети все фінансує? Однозначної відповіді отримати не вдається, але можна досить чітко припустити, що за всіма реаліями стоїть досить потужний капітал. Враховуючи міжнародні донорські потоки валюти, які на початку розпаду СРСР були направлені виключно на окремих науковців, щоб через них пропагандувати та реалізовувати чисто ринкові принципи, які ніякого позитивного ефекту ні у соціальному аспекті, ні у економічному потенційно не мали. Для прикладу – це рейдерство, як повне невіршення права власності, а також коло комунальних проблем, як повне нехтування відповідальності влади перед народом. На даний період впливла проблема громадських організацій, які живляться донорськими грантами. В культурному середовищі, так звана «гуманітарна» допомога, вилилась у реалії-шоу, які нав'язуються із-за закордону та з відти фінансуються.

Якщо три роки назад телешоу проходили досить жорстко і агресивно, (для прикладу і самі назви їх говорять самі за себе: «Останній герой», «Слабое звенно»), то сучасні облік протилежно змінили. На «зовні» ніби гуманність, толерантність, соціальність, людяність, милосердність, доброта, а по сутності все той же «лик» пов'язаний з жадобою, наживою, підкупність, пріоритетом є тільки гроші.

Для переважної більшості українців ці передачі є популярними, і надалі вони такими залишаться, адже вони дають надію на влаштування власного життя у надзвичайно «агресивному» соціально-економічному середовищі. Тобто, криється маленька надія, що можна вирішити свої нагальні проблеми та отримати одноразовий додатковий дохід, розміри якого незначні. Щодо іншого аспекту, то це можливість розвитку творчої особистості отримати стартовий капітал та «засвітитись» в шоу-бізнесі. В стратегічному плані, це означає кардинально вирішити своє безбідне існування і отримати всезагальне визнання. В період соціалістичної економіки, це зробити було неможливо, адже всі мали стабільний, достатній рівень доходів. А, враховуючи, що виробництво скорочується, зростає соціальна

напруга, залишається шукати визнання в сфері шоу-бізнесу. Загалом, дані ТВ-проекти, відображають диспропорцію суспільного виробництва в Україні, з акцентом на їх випадкове вирішення. Іншими словами, штучно створена суспільно-виробнича система спровокувала розвиток даних ТВ-передач, адже, жодна з них не популяризує працю.

Ще одним висновком щодо розвитку даного ТВ-дозвілля є те, що значні кошти перерозподіляються у віртуальну економіку. Адже ці проекти фактично не пов'язані з суспільним виробництвом. Багатство та добробут нації на цьому поприщі не формується.

Висновки. Таким чином, культура суспільства є не що іншим, як цілісною системою з властивими їй ознаками. Шоу-реалії стали однією з складових культури сучасного українського суспільства. Ці шоу-реалії не виникли спонтанно, а реалізувались у соціокультурному аспекті на періоді зламу традиційної радянсько-української культури через масове впровадження економічного аспекту – ринку.

Як ринок своєю метою ставить отримання прибутку за рахунок обміну через гроші, тобто через купівлю-продаж, так і у шоу-реаліях метою лишається отримання прибутку. Тільки різниця між ринком та шоу-реаліями проявляється лише у видовищності, масовості, та популярності.

У ринкових відносинах ми мусимо жити та працювати, а у реалії-шоу ми все це сприймаємо зі сторони, виступаючи глядачами, з частковим правом голосу. Це міф, який існує та розвивається у реальності, і цим самим прив'язує та заохочує до себе.

В той же час, реаліті-шоу суттєво впливають на розвиток української культури в цілому. І це проявляється у змінні життєвих цінностей, де терпимість замінюється агресією та жорстокістю, а любов підміняється корисністю та отриманням зиску, а в цілому, це прояв ідеології хижацького виживання – зараз і за будь-яких умов. Саме це і є головною небезпекою реаліті-шоу, яка в подальшому призведе тільки до руйнації нації та держави по суті, а не по території.

Список використаних джерел і літератури

1. Викентьев І.Л. Принципи лотереї. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.trizri.ru/authors/vikentev_art.asp
2. О лотерее – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lottery.front.ru/>
3. Найбільші виграші у світі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ping.ua/>
4. Скандали на реаліті-шоу режисують, а за участь платять. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://otherside.com.ua/>
5. Принцип лотереї. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://refs.co.ua/>
6. Дослідження: гроші приносять задоволення, але не обов'язково щастя. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lingvoforum.net/>

УДК 2:37(477)

Филипович Л. О., Гаврілова Н. С.

РЕЛІГІЙНА ОСВІТА В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

У статті проаналізовано стан і тенденції розвитку релігійної освіти в Україні

Ключові слова: релігійна освіта, Україна, законодавство, навчальні заклади

В статье проанализировано состояние и тенденции развития религиозного образования в Украине

Ключевые слова: религиозное образование, Украина, законодательство, учебные заведения

In the article, consisting and progress of religious education trends is analysed of Ukraine

Keywords: religious education, Ukraine, legislation, educational establishments

Україна – це країна із давніми освітянськими традиціями, які закладалися з дохристиянських і ранньохристиянських часів.