

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Кафедра культурології

Актуальні питання культурології

**АЛЬМАНАХ
НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА «АФІНА»
КАФЕДРИ КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції

**«СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДУХОВНОЇ
КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ
РОЗГОРТАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»
ТОМ I
15-16 листопада 2007 року**

Засновано у 2003 році

Рівне - 2008

ББК 71.0
А 43
УДК 008:168.522

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ: Альманах наукового товариства “Афіна” кафедри культурології: Матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної конференції **“СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДУХОВНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ РОЗГОРТАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ”**: У 2-х т. – Випуск 6. – Рівне: РДГУ, 2008. – Т.1. – 204 с.

Головний редактор:

Виткалов В.Г. - кандидат педагогічних наук, професор, зав. кафедри культурології РДГУ (голова редколегії)

Редакційна колегія:

Афанасьєв Ю.Л. - доктор філософських наук, професор ДАКККіМ (Київ)
Баканурський А.Г. - доктор мистецтвознавства, професор Одеського національного політехнічного університету
Воробйов А.М. - кандидат педагогічних наук, професор РДГУ
Граб О.В. - кандидат мистецтвознавства, доцент РДГУ
Дем'янчук О.Н. - доктор педагогічних наук, професор Волинського національного університету ім. Лесі Українки
Жилик С.І. - доктор історичних наук, професор РДГУ
Коваль Г.П. - доктор педагогічних наук, професор РДГУ
Крالیук П.М. - доктор філософських наук, професор НУ “Острозька академія”
Круль П.Ф. - доктор мистецтвознавства, професор Прикарпатського національного університету ім. В.Стефаніка
Кушнарєнко Н.М. - доктор педагогічних наук, професор ХДАК
Поніманська Т.І. - кандидат педагогічних наук, професор РДГУ
Постоловський Р.М. - кандидат історичних наук, професор РДГУ
Стоколос Н.Г. - доктор історичних наук, професор РДГУ
Троян С.С. - доктор історичних наук, професор РДГУ
Швецова-Водка Г.М. - доктор історичних наук, професор РДГУ

Рецензенти:

Арцишевський Р.А. - доктор філософських наук, професор Волинського національного університету ім. Лесі Українки
Брилін Б.А. - доктор педагогічних наук, професор Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського

Науковий редактор – **проф. Виткалов В.Г.**
Упорядники випуску – **проф. Виткалов В.Г., доц. Граб О.В.**

ISBN 978-966-8424-77-9

Редакція не завжди поділяє точку зору автора. За точність наведених цитат, імен, прізвищ, дат відповідальність несуть автори.

Друкується за рішенням вченої ради Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 26.10.2007 р.)

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2008

22. *Шерех Ю.* Третья сторожа. Литература. Мистецтво. Идеологія. – К., 1993.
23. *Ярема С.* Мої зустрічі з Зенею Франко // Сучасність. – 2002. – №11. – С. 121-127.
24. *А. де Сент-Экзюпери.* Сочинения. – Москва, 1964.

УДК [379.823:008]:17.022.1(=161.2),,2000/2007”

Граб О.В. - кандидат мист-ва,
доцент РДГУ;
Ботан О.В. - студ. V курсу спец.
„Культурологія” РДГУ

Вплив „екранної” культури на естетичні смаки молоді у контексті трансформації духовності українців початку ХХІ століття

Початок ХХІ століття доводить, що найбільш небезпечним процесом у контексті сучасної культурної динаміки виявляється процес глобалізації, оскільки він містить найбільше руйнівних чинників для культури кожного суспільства, у тому числі й українського.

Очевидно, що глобалізація відкриває перед людством величезні можливості в розширенні обміну товарами, послугами, інформацією, технологіями та капіталом, взаємодії у гуманітарній сфері, духовному збагаченні особистості. Водночас для значної частини людства глобалізація несе в собі й суттєві загрози.

Значна кількість дослідників у своїх працях вже проаналізувати стан глобалізаційних процесів, зробивши певні висновки. Зокрема глобалізація стала об’єктом досліджень О.Білорус [2], В.Горового [6], М.Жулинського [8], Г.-П.Мартіна та Х.Шумана [11], С.Удовіка [18], М.Чешкова [20], В.Шейка [22] та інших учених.

Окрему увагу інтелігенція приділяє проблемам розвитку інформаційного суспільства, як ознаці розширення глобалізаційного простору. Для нашої розвідки корисними стали наукові роботи В.Бриткова та С.Дубовського [4], Д.Дубова [7], Дж.Галла [10], М.Сенченка [13], О.Соболя [14], Ж.Тетьора [17].

Неминучою у контексті зазначеного сьогодні є поява нових понять і категорій, результатом чого стало введення в науковий обіг терміна „віртуальна (екранна) культура”. Унаслідок розширення інформаційних мереж суспільства, впровадження новітніх електронних технологій це поняття стало багатозначним, широкоживаним, побутовим. Його осмислення на сторінках власних розвідок представили Р.Беланова [1], О.Злобіна [9], Т.Рудницька [12], Н.Старовойтова [16], М.Чешков [20], В.Чупров, Ю.Зубок, К.Уільямс [21].

Очевидним є й те, що сучасне українське суспільство частково позбавлене загальнокультурних, духовних цінностей і тому вченими розглядається через призму апокаліптичності. У результаті до наукового аналізу потрапляють і такі нові, але вже досить актуальні поняття, як „цивілізаційна втома”, „глобальна криза”, „кінець історії, культурогенези”, „втрата моральної основи суспільства”, про які у свій час людство застерігали П.Сорокін [15], О.Шпенглер [23], Й.Хейзінга [19] та інші вчені минулих століть.

Відомо, що в основу такого поширеного поняття, як глобалізація, покладено англійський прикметник global (такий, що охоплює усю земну кулю, всесвітній, всебічний, універсальний). Тобто процеси, які стали предметом уваги у нашій розвідці, є актуальними для світового співтовариства. У вітчизняному науковому середовищі підвищений інтерес до них обумовлений усе більшою деградацією молодіжного покоління, розщепленням суспільної моралі, нищівним функціонуванням „екранної” культури, що проросла із масової культури та деяких субкультур тощо. При цьому явище культурної експансії тут трапляється значно рідше, ніж добровільне, самостійне перенесення молоддю в духовний простір України численних різнополярних культурних елементів із суцвіття західноєвропейської та американської культур. Тому ця тема для українських учених є першочерговою і вимагає уваги не тільки з боку культурологів, але й психологів, істориків, філософів, політологів, соціологів.

Реальні загрози розгортання глобалізаційних процесів, у які штучно залучені всі вікові категорії населення, стали очевидними не в ХХІ столітті, а значно раніше. Критичне ставлення сьогодні викликає позиція окремих учених, які стверджують, „що зараз ми уперше живемо в еру глобалізації” [5; 49]. Адже глобалізація не є новим явищем, її витoki можна простежити з античної доби, репрезентованої прагненням Олександра Македонського інтегрувати тогочасний світ. У XV-XVI столітті, унаслідок

великих географічних відкриттів, світ усвідомлюється як глобальне, замкнуте ціле. Наприкінці ХХ століття усьому людству зрозумілою виявилася думка, що ми на великій швидкості зіткнулися із новими формами колонізації, наслідки якої репрезентують себе у розгортаннях геополітичних процесів (розширення НАТО і Європейського Союзу), виникненні нових суб'єктів влади, формуванні глобальної системи економічних відносин („Велика сімка”, Світовий банк, Міжнародний Валютний Фонд), появи транснаціональних космополітичних еліт, поширення (а в окремих випадках і нав'язування) „екранної”, „віртуальної” культури.

На думку В.Шейка, Т.Рудницької, водночас у глобалізації помітними стали й тенденції поширення новітніх форм економічного й культурного імперіалізму, американізації й вестернізації світового співтовариства. Особливо чутливою до цих явищ усе-таки є молодь, яка сприймає будь-які новації значно природніше, ніж представники старших поколінь. У контексті зазначеного на увагу заслуговує проблема впливу культурно-інтеграційних процесів на розвиток інформаційних технологій, останні моделі яких магнетично діють зокрема на українську молодь. Розширення мережі Інтернет як позитивно виявляється в обізнаності молоді з інноваційними технологіями, так і автоматично засмоктує юнаків і дівчат у здеморалізовану (особливо останнім часом) веб-павутину.

Очевидно, спокусливою для молоді є нав'язана думка, згідно із якою „той, хто не користується комп'ютером у сучасному глобальному середовищі, відстає у багатьох відношеннях. Ця відсталість відбилася у таких поняттях, як „технологічний розрив”, „інформаційний розрив”, „науковий розрив” [10; 14]. Зрозуміло, що жоден представник молодіжного середовища не хотів би виявитися настільки необізнаним у сучасних інформаційних технологіях, щоб стати уособленням якогось із зазначених „розривів”. Окрім цього, негативну роль тут відіграє суспільна критика, у якій, на жаль, сьогодні ще переважає думка, що той, хто не має можливості придбати новітню оргтехніку (або хоча б працювати із нею у спеціальних клубах), не має сучасного мобільного телефону тощо, автоматично випадає із кола „потрібних” людей, „цікавих” співрозмовників. Ця ситуація призводить до появи модних, а не корисних, безпечних понять, регресивних стереотипів поведінки, деформування свідомості молоді.

Попередня думка доводить той факт, що „віртуальна (екранна) культура” є продуктом людської життєдіяльності і стимулює ще більше прискорення віртуалізації сучасної культури. Вона є інформаційно-комунікативним джерелом поширення, освоєння, осмислення культури ХХІ століття. Тому актуальними сьогодні постають спроби уточнення основних понять, що використовуються в процесі аналізу „віртуальності” як одного із домінуючих аспектів розвитку сучасної культури.

На нашу думку, „віртуальна (екранна) культура” – це створена комп'ютерними засобами модель реальності з обов'язковою присутністю в ній людини, як творця і споживача самого цього продукту. Нині і продукування, і споживання „віртуальної (екранної) культури” нашими співвітчизниками у контексті світових інтеграційних процесів відбувається у необмеженій кількості. Доказом цьому є, хоча б, щоденне одержання різноаспектної інформації через ЗМІ, перегляд зразків кіномистецтва, занурення у світ „віртуальної реальності” через мережу Internet тощо. Однак потрібно пам'ятати, що репрезентація світу в „екранному варіанті” кардинально змінила проблему ідентифікації підлітків, які в результаті опинилися у пошуку привабливих, а не реальних, можливих моделей життя у своїй країні. Відтак поширеними принципом молоді сьогодні стало прагнення швидкого одержання одразу всіх благ, „тут і тепер”. Одночасно вже міцно прищепленою у свідомості молоді є поширена із західних культур думка про цінність успіху, наявність розкішного житла, високооплачуваної роботи, персонального транспорту, ексклюзивного одягу тощо. Те саме можна відзначити і щодо укорінення моделі „американської мрії”, досягнення й реалізація якої в межах України так детально висвітлюється і в друкованій, і віртуальній продукції.

Актуальною проблемою в контексті зазначеного постає роль „екранної” культури у формуванні естетичних смаків, особливо молодого покоління, адже, як відомо, сучасна молодь є абсолютно не захищена від експансії її свідомості з боку засобів масової інформації, у тому числі й електронного формату. На жаль, суцільна технократизація сучасного українського суспільства призводить до загрозливих трансформацій у свідомості, психології наших співвітчизників. Вважаючи такі тенденції модними, значна частина молодих українців активно практикує у своєму професійному й особистому житті продукцію „екранної (віртуальної) культури”.

З одного боку, можна погодитися, що новації, породжені модерною науково-технічною революцією (мобільний зв'язок, мережа Internet тощо), дозволяють людині економити значну частину часу, спрямовуючи його на виконання інших дій. Однак, з іншого боку, продукти НТР часто заводять в оману людей, які „ковтають” викривлену інформацію, навіть не помічаючи поданих до її уваги деформацій.

Ще одним принципово важливим моментом появи „віртуальної (екранної) культури” в українському культурному просторі стали новітні тенденції в освіті, зумовлені інтеграційною динамікою в європейському вимірі – а саме вимірі приєднання вітчизняної освіти до Болонського процесу. Відтак і вимоги, що його супроводжують, і наслідки освітнього експерименту зумовлюють здійснення наступних кроків на державному рівні [24].

Насамперед Болонським процесом передбачено, що українські вищі навчальні заклади братимуть участь у реалізації проектів, серед яких:

- Централізована електронна бібліотека для користування електронною літературою при відкритому та дистанційному навчанні.

- Мультимедійна комунікаційна мережа, що поєднує університети, промисловість та сферу управління. Поліпшення комунікаційного зв'язку між Україною та країнами ЄС (Національний університет „Києво-Могилянська Академія”, Національний університет „Острозька Академія”).

- Застосування інформаційних технологій у діяльності університетських бібліотек (Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут”).

Водночас інформатизація навчального процесу передбачає:

1. Розвиток матеріально-технічного забезпечення комп'ютерною технікою із доведенням парку комп'ютерної техніки до норми 1 комп'ютер на 8 студентів, формуванням комп'ютерних класів на факультетах і кафедрах, інформаційно-довідкових відділів та електронних читальних залів бібліотек, створення Інтернет-клубів та електронних залів для самостійної роботи і відпочинку у студентських гуртожитках.

2. Комп'ютеризацію системи управління діяльністю ВНЗ шляхом створення єдиної комп'ютерної мережі, що об'єднувала б усі підрозділи і комп'ютерні робочі місця студентів, із забезпеченням усіх їх доступом до Інтернету.

Однією з основних форм діяльності у зазначених напрямках є загальна комп'ютерна підготовка студентів. Тому в університетах на всіх непрофільних факультетах у розрізі нормативної частини навчальних планів викладається відповідний курс і повинна відбуватися обчислювальна практика (не менше 1 кредиту).

Окрім зазначеного, запровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу у ВНЗ України призвело до того, що важливим завданням педагогів є розроблення інтерактивних комплексів навчально-методичного забезпечення дисциплін (ІКМЗД), які згідно із сучасними вимогами подаються студенту в електронному варіанті на дискеті, CD, або у формі Інтернет-сторінки у віртуальній бібліотеці університету.

Таким чином, сьогодні необхідно визнати, що прояви „віртуальної (екранної) культури” спостерігаються фактично в усіх сферах суспільного життя і є ознакою часу, а саме – глобалізаційних процесів. Завданням сучасників залишається сформулювати вміння диференціації позитивних і негативних наслідків розвитку „екранної” культури, її впливу на формування естетичних смаків, особливо у середовищі молодого покоління.

Слушними тут стануть філософські вчення науковців Західної Європи зламу XIX-XX століть, зокрема О.Шпенглера [23], який ще сто років тому застерігав світове співтовариство від наслідків цивілізації, розглядаючи її як підсумкову стадію розвитку будь-якої культури. На його думку, перехід культури до цивілізації знаменує перехід від творчості до занепаду. Тому цивілізація в розумінні філософа постала як результат деградації культури: цивілізація – суспільство з розвинутою індустрією та технікою, системою соціальних інститутів, де перебувають у занепаді мистецтво й література, де більшість населення скупчена у великих містах тощо.

У відомому трактаті „Причинність и судьба. Закат Европы” О.Шпенглер висвітлює ідею апокаліптичного кінця західноєвропейської цивілізації. Зокрема „Закат Европы” знаменував собою перемогу техніки над духовністю, світових міст над провінцією, плебейської моралі над аристократичною. В очах ученого апокаліпсис супроводжується деградацією традиційної релігії, мистецтва, моралі, сприяючи перетворенню людей на безликі маси.

Кінець сучасної Європи О.Шпенглер аналізував у контексті власної культурологічної теорії, згідно з якою цивілізація становить собою заключну стадію розвитку будь-якої культури, прикладом чого вчений вважав загибель греко-римської цивілізації.

Думки цього вченого, як ніколи, актуальними стали сьогодні і змушують кожну відповідальну за долю своєї країни й культури людину замислитися над станом суспільного життя, розвитком освіти, науки, культури у всіх її вимірах і в першу чергу духовному. Найбільшу занепокоєність порушені у розвідці

проблеми повинні викликати у молодіжному середовищі, представники якого мають бути не пасивними глядачами трансформації суспільства, а активними творцями кращих рис української культури всупереч тотальним, експансійним проявам процесу глобалізації.

Джерельні приписи

1. *Беланова Р.* Українська культура й американізм // Початкова школа. – 2001. – №12.
2. *Білорус О.* Глобалізація і національна стратегія. – К.: Батьківщина, 2001.
3. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. – М., 1995.
4. *Бритков В., Дубовский С.* Информационные технологии в национальном и мировом развитии // Общественные науки и современность. – 2001. – №1. – С. 146-151.
5. *Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика:* Хрестоматія з сучасної зарубіжної соціології регіонів / Укладачі І.Ф. Кононов, В.П. Бородачов, Д.М. Топольсков. – Луганськ: Альма матер – Знання, 2002.
6. *Горовий В.* Інформаційний глобалізм і перспективи національного розвитку // Бібліотечний вісник. – 2003. – №2. – С. 24-26.
7. *Дубов Д.* Роль інформаційної культури в діяльності органів державного управління // Вісник Книжкової Палати. – 2003. – №8. – С. 26-28.
8. *Жулинський М.* Національні культури і проблеми глобалізації // Друкарство. – 2003. – №1.
9. *Злобіна О.* „Екранна версія” життя і зміни особистісної суб’єктивності // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №2. – С. 33-37.
10. *Галл Дж.* Мас-медія комунікації і культура: глобальний підхід / За ред. О.Гриценко. – К.: „К.І.С.”, 2002.
11. *Мартин Г.-П., Шуман Х.* Западня глобалізація: атака на процвітання і демократію. – М., 2001.
12. *Рудницька Т.* „Інтернетизація” і „вестернізація” життєвого світу особистості в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. – №2. – С. 37-40.
13. *Сенченко М.* Негативні наслідки інформаційної комп’ютерної революції // Вісник Книжкової Палати. – 2001. – №9. – С. 3-7.
14. *Соболь О.* Свобода особистості в інформаційному соціумі: Стаття перша // Філософська думка. – 2002. – №4. – С. 46-58.
15. *Сорокин П.* Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992.
16. *Старовойтова Н.* Масова культура в системі міжетнічних культурних взаємин // Розбудова держави. – 1998. – №3-4.
17. *Тетьора Ж.* Інформаційні технології та їх вплив на сучасний стан масової культури в Україні // Вісник Книжкової Палати. – 2001. – №12. – С. 30-33.
18. *Удовик С.* Глобалізація: семиотические подходы. – Л.: Рефл-бук; К.: ВАКЛЕР, 2002.
19. *Хейзінга Й.* Homo Ludens. – К., 1994.
20. *Чешков М.* Глобальное видение и новая наука. – М.: Логос, 1998.
21. *Чупров В., Зубок Ю., Уильямс К.* Молодежь в обществе риска. – М., 2001.
22. *Шейко В.* Культура. Цивілізація. Глобалізація (кінець ХІХ – початок ХХІ ст.): Монографія: В 2 т. – Харків: Основа, 2001.
23. *Шпенглер О.* Закат Европы. – М., 1993.
24. *Див. праці:* Андрущенко В. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу // Вища освіта України. – 2004.-№1. – С. 5-10; Богуславська А. Оболонювання освіти: [„За” і „проти” Болонського процесу] // Україна молода. – 2005. – №206 (4 листопада). – С. 4; Брок-Утне Биргит. Анализ глобальных факторов, влияющих на современную образовательную систему, на примере европейских университетов // Высшее образование в Европе. – 2002. – №3; Верри Герман. Чем глобалізація грозить академії//Высшее образование в Европе. – 2003. – №3; Вища освіта України і Болонський процес: Навч. посіб./ М.Ф. Степко, Я.Я. Болубаш, В.Д. Шинкарук та інші; За ред. В.Г. Кременя. – Тернопіль: Навч. книга-Богдан, 2004. – 384 с.; Журавський В.С., Згуровський М.З. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти. – К.: Політехніка, 2003. – 200 с.; Квиек Марек. Глобалізація и высшее образование//Высшее образование в Европе. – 2001. – №1; Козмински Анджей. Роль высшего образования в реформировании общества в условиях глобалізації: академическая надежность и стремление к повышению уровня вузов // Высшее образование в Европе. – 2002. – №4; Ластовченко І. Болонський процес і проблеми рівності

та елітарності в освіті // Освіта і управління. – 2005. – Т.8. – №3. – С. 201-207; Макбруни Грант. Рычаги глобализации как политическая парадигма высшего образования // Высшее образование в Европе. – 2000. – №1.

УДК 659.1:008

Ткач О.В. - студ. V курсу спец.
„Культурологія” РДГУ

Реклама як дзеркало масової культури

Наприкінці ХХ ст. в промислово розвинутих країнах проходили процеси, створивши у провідних соціологів, економістів, культурологів упевненість у тому, що людство, зокрема й Україна, вступило в нову фазу свого розвитку. Головною відмінністю промислового чи індустріального суспільства від традиційного є те, що в ньому здійснюється інтенсифікація інтелектуальних технологій, перебіг робітників із сфери виробництва речей в сферу виробництва послуг і інформації, що призводить до акцентування різних способів задоволення культурних потреб населення, а трансляція, обробка і споживання інформації перетворюється в головний вид діяльності. Глобалізація інформаційних процесів викликала до життя розмаїття проявів масової культури, до якої можна віднести шоу-бізнес, індустрію культури; все це має вплив на технології реклами. Масова культура означає одночасну універсалізацію і інституціоналізацію трансльованого соціального досвіду, ціннісних орієнтацій, норм поведінки. Виникає ініціювання споживчого попиту на стандартизовані форми соціальних благ і атрибутів престижності в масштабі великих соціальних груп та всього суспільства. Подібний стан породжує маніпуляцію свідомістю масового споживача, котрому пропонують імідж товару, послуг, політичних ідей і нав'язують думку про необхідність користуватися ними. Виникає об'єднання інформаційних середовищ, які використовують електронні технології. Таким чином створюється єдине однорідне інформаційне середовище – віртуальна комп'ютерна реальність, яка для багатьох людей практично замінює реальний світ. Саме поняття реальності стає все більш розмитим, про що свідчить постмодерністська картина світу. Межі між текстом і реальністю виявляються відносними в залежності від того як ми їх сприймаємо, подібно до того як, за зауваженням А.І. Ульяновського, „природні дисплеї” (вікна) легко міняються з „штучними” (монітор) в залежності від уявлень користувача про їх реальність” [9; 65].

Більшість сучасних рекламних продуктів стають результатами використання систем мультимедіа. В мультимедійних установках поєднується текст і зображення, музика і мова, комп'ютерна анімація і телебачення. Інформаційне суспільство в цілому сьогодні стає суспільством видовища.

Предмет особливої уваги індустрії культури складає система організації ажіотажу навколо престижних інтересів, потреб, способу і стилю життя. Процес набування престижних благ перетворюється в самоціль існування.

У зв'язку із вказаними процесами, які здійснюються сьогодні в світовій, зокрема й українській економіці і культурі, не викликає подиву те, що реклама відіграє все більш помітну роль у системі комунікативних засобів і технологій, а її функція виходить далеко за межі першочергової мети – інформування про товари та послуги, заради якої реклама власне і з'явилась на світ.

Реклама є невід'ємним елементом сучасного суспільного життя. Тому одним із найактуальніших питань стає розгляд реклами як соціокультурного явища і розробка нових підходів і методів її вивчення.

Традиційно рекламу розглядають, перш за все, як інформацію про якість та характеристики того чи іншого товару, що сприяє його збуту. Дійсно, це є первинною, об'єктивною функцією реклами. Та як і будь-яке явище, реклама не статична, вона розвивається і змінюється. Поле її діяльності і межі впливу з кожним днем розширюються. Лише інформативність вже давно не задовольняє сучасних вимог рекламної діяльності. Світова тенденція, згідно з якою реклама розвивається як культурне явище, висуває на перший план естетичне сприйняття цього феномену.

Реклама створює міфологічне, ілюзорне уявлення про життя, що компенсує відсутність гармонії у реальному житті. „Людина нині так спустошена внутрішньо, що вона намагається заповнити душу втішеною, ілюзорною картиною щастя інших людей, їх здоров'ям і грандіозними досягненнями” [3; 57]. Реклама – один із компонентів масової культури: її загальнолюдська складова, яка є протилежною апологетиці насилля, жорстокості, характерних для інших утворень в межах масової культури, пропонує людині такі необхідні їй втішені образи. Завдання реклами полягає не у відображенні реального світу, а у створенні світу мрій.

Тож реклама включає в себе обов'язкову потенційну можливість співвідношення людини і образу, своєї біографії і життя – мрії.

Англійська письменниця Джудіт Тодд доходить висновку, що „світ реклами і публічної інформації існує для того, щоб переконувати нас в уявних благодіяннях тих, хто володіє засобами виробництва і засобами масової пропаганди. Їх практичний спосіб вирішення конфліктів – створення у людей „позитивного уявлення” про речі. Цей світ намагається переконати нас в тому, що нема проблем, котрі неможливо вирішити шляхом, скажімо, простого переходу від одного миючого засобу однієї марки до миючого засобу іншої марки, що продається до того ж великими коробками і зі знижкою в три пенси” [2; 107].

В умовах економічної кризи і скорочення виробництва, інфляції і росту цін індивід живе в постійній напрузі, очікуванні стресу, він потребує розрядки цієї внутрішньої напруги і з задоволенням вірить у що-небудь. Тому він вірить рекламі, котра бере на себе батьківську опіку про нього, котра „створює струнку світовідчуття, орієнтоване на найвищу ціль – забезпечити йому задоволення” [7; 123]. Реклама знімає тотальну напругу і малює загальну схему згоди зі світом, вона усуває психічну нестійкість. Образи „споживчого щастя”, що рекламуються „мас-медіа”, розпалюють уяву і перетворюються на актуальні потреби. Проте, міфічне уявлення про світ створює конфлікт між бажанням споживача мати бажаний продукт і обмеженістю матеріальних можливостей загальної маси. В рекламному образі це компенсується через придбання товару тої чи іншої марки, що користується популярністю в більш високій за статусом соціальної групі, членом якої людина хотіла б стати, і саме через придбання речі людина ідентифікує себе і отримує відчуття задоволення і відради. Через товар індивід може відчутти себе мільонером або кінозіркою („я ношу ті ж панчохи, що і Кім Бесінджер”). „В кінцевому рахунку реклама здійснює заспокійливу дію на свідомість за допомогою навмисно-організованої соціальної семантики, в межах орієнтованого на одне єдине означальне – саме суспільство в цілому” [7; 148].

Ілюзія входить у свідомість людини по каналам навіювання. За допомогою навіювання реклама маніпулює масовою свідомістю. За словами А. Кукаркіна, реклама – „найбільш очищений і завершений продукт гігантської індустрії навіювання, що покликаний формувати свідомість народних мас” [3; 207]. Реклама навіює споживачу не ту чи іншу конкретну марку, а дещо більш фундаментально важливе для всього суспільного устрою. Ми споживаємо рекламу в якості явища певної культури.

Не менш важливе значення в рекламі мають асоціації зі святом, святковим часом і простором, на чому варто зупинитися докладніше. Рекламні образи занурюють нас в історію культури, повертають до простору торжища, ярмарки, що зберігав традиції обміну товарами в атмосфері свята, карнавалу. Саме у цьому просторі з'явилися перші форми реклами, пов'язані з голосовим зверненням, – *reclamare*. Свято, ярмарок, карнавал змінює рутинний перебіг часу повсякденного життя і переносить людину в особливий простір-час („хронотоп”, по виразу М.Бахтіна), де діють зовсім інші, відмінні від звичайних норм правила і закони поведінки. „Високе” і „низьке” тут міняються місцями, серйозне висміюється і карнавальне „знижується”, щоб зазнати оновлення” [1; 15]. Те, що в буденному житті вважається ганебним і ховається, в карнавальному хронотопі випинається назовні, і т.ч. знаходить вихід енергія сексуальної напруги, в звичайному житті обмежена культурою. За допомогою карнавалу культура оберігає себе від неконтрольованих, руйнівних сплесків енергії людського несвідомого, яке З.Фрейд назвав лібідо. Сьогодні, коли карнавальна культура в своїх класичних формах пішла в минуле, шоу-бізнес в цілому і реклама як його частина взяли на себе функцію активного використання тих же образів-архетипів, які лежать в основі карнавального свята. Ось чому світ реклами відчутно еротизований. Як і середньовічний карнавал, реклама не боїться представляти глядачам голе або напіводягнене тіло, або те, що замінює його за принципом метафори і на що переноситься енергія бажання. Перетин меж дозволеного виправдовується в рекламі тим, що вона виходить за рамки норм повсякденного рутинного життя в святковий хронотоп. Орієнтуватися на свято примушують рекламу дві причини. По-перше, купівля, придбання неординарної речі, зазвичай, визначається як свято. Отже, річ, яка вносить до будинку свято, повинна відрізнятися яскравістю. І все, що пов'язане з купівлею, – час і місце, де вона здійснилася, – залишається в свідомості святково маркованим. Ці глибоко вкорінені в культурі святкові сенси покупки враховуються у дизайні та архітектурі магазинів, графіку упаковок і в інших візуальних засобах реклами. Для посилення її дії реалізується психологічний ефект перенесення. Так, часто в рекламі автомобілів зображення тієї або іншої марки автомашини komponується жіночим силуетом. Залежно від контексту ця метафора може бути прочитана двояко: якщо ми зустрічаємо подібну рекламу в журналі мод, то тут підметом – суб'єктом – є жінка, а автомобіль є предикатом, що повинне означати той факт, що сучасна респектабельна жінка

ÇI³NÒ I ÒIÓ

Вітальне слово ректора	3
Виткалов В.Г., Граб О.В. Молодь у соціокультурному просторі XXI століття: за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції „Стан і перспективи розвитку духовної культури особистості в умовах розгортання глобалізаційних процесів”	5
Розділ I.	
Освіта і виховання як основа розвитку культури XXI століття	11
<i>Баранівський В.Ф.</i> Особистість, освіта та культура в умовах глобалізації	11
<i>Чорний В.С.</i> Освіта та виховання на межі століть: пошуки філософсько-методологічного обґрунтування	13
<i>Стеблецька Г.Е.</i> Простір дитинства у добу глобалізації	18
<i>Іванченко Є.А.</i> Інтегративна професійна підготовка. Види інтеграції. Соціокультурна інтеграція	21
<i>Новоселецький М.Ю.</i> Проблеми цінностей в інформаційному суспільстві	25
<i>Білик К.О.</i> Два аспекти розвитку духовності в умовах глобалізації	27
<i>Костенко М.С., Степанюк О.В.</i> Галузеві документні потоки як фактор формування соціокультурного простору України періоду суспільних трансформацій	29
<i>Бучковська О.Ю., Карнюк Д.В.</i> Особливості міжкультурних комунікацій в процесі глобалізації	33
<i>Кучина Н.І.</i> Поширення книги в сучасній Україні: регіональний аспект	35
<i>Грипич С.Н., Семенюк Г.П.</i> Формування інформаційної культури студентів (на прикладі діяльності наукової бібліотеки Рівненського державного гуманітарного університету)	41
<i>Якубовська С.С.</i> Контроль якості знань студентів в умовах кредитно-модульної системи	44
<i>Печенюк Ю.</i> Самостійна робота студентів ВНЗ в умовах КМСОНП	46
<i>Бахомент С.П., Тарасюк А.В.</i> Формування високої духовності особистості, утвердження на національному ґрунті людської моралі – пріоритетний напрям роботи куратора групи	51
<i>Забута Н.В.</i> Економічна свідомість у контексті економічної культури майбутнього фахівця	56
<i>Музичко Л.В.</i> Формування індивідуального стилю учіння – шлях до індивідуалізації навчання студентів у сучасних умовах становлення вищої освіти	60
<i>Зубцова Ю.Є.</i> Соціально-психологічні фактори патріотичного виховання молодших школярів	64
<i>Кречетова В.А.</i> Освіта як чинник конструювання національної ідентичності	68
<i>Возна Т.О.</i> Використання переваг інформаційних комунікацій як передумова підвищення освітньо-культурного рівня студентської молоді	72
<i>Леснякова О.Г.</i> Значення новітніх методів аналізу соціологічних даних у сучасному освітньому процесі (на прикладі методів візуалізації)	75
<i>Коротич А.А.</i> Шляхи формування системи освітніх та культурних цінностей студентської молоді	78
<i>Ткаченко О.О.</i> Протиріччя глобалізаційних процесів у системі гуманітарних цінностей молоді	81
<i>Граб О.В., Колесник С.М.</i> Освітня і виховна роль досліджень вітчизняної культури у добу незалежності	83
<i>Граб О.В., Миркевич О.В.</i> Аспекти вивчення проблем вітчизняної культури другої половини ХХ століття (1960-1980 роки)	88
<i>Граб О.В., Ботан О.В.</i> Вплив „екранної” культури на естетичні смаки молоді у контексті трансформації духовності українців початку ХХІ століття	92
<i>Ткач О.В.</i> Реклама як дзеркало масової культури	96
<i>Маркевич О.В.</i> Мала академія наук (МАН) – як форма реалізації індивідуальних творчих можливостей обдарованих дітей (на базі Гошанської районної державної гімназії)	99
<i>Виткалов С.В.</i> Особливості реалізації модульного навчання в сучасних умовах (на прикладі спеціальності „Економічна кібернетика”)	103

<i>Смирний Д.В.</i> Музей як чинник національної культурної політики	107
<i>Медведєва В.М.</i> Українська книга і книговидавництво в культурно-освітньому просторі України	111
<i>Семерніна І.М.</i> Професійна саморегуляція майбутніх учителів музики як важливий компонент самореалізації особистості	114

Розділ II.

Молодь і культурна динаміка України у контексті глобалізаційних проблем	117
--	------------

<i>Малафійк І.В.</i> Особистість як соціальна якість людського індивіда	117
<i>Кравченко Т.В.</i> Політична соціалізація студентської молоді: постановка проблеми	119
<i>Кіянка І.Б.</i> Політична культура молоді в контексті демократизації українського суспільства після „Помаранчевої революції”	123
<i>Глодя К.В.</i> Специфіка використання виборчих технологій в умовах українського суспільства	126
<i>Ковалюк В.В., Ковальчук Т.Г., Романюк С.К.</i> Соціокультурні проблеми студентської молоді та основні напрями пошуків соціальної ідентичності	132
<i>Нечипорук Л.І.</i> Ноосферні цінності як засіб формування духовної особистості	136
<i>Потапчук Т.В.</i> Взаємодія особистісного розвитку викладача та студента – основа гуманістичної педагогіки	140
<i>Яценко Л.В.</i> Проблема гендерного виховання студентів ВНЗ: теоретичний аспект	144
<i>Шевель А.О.</i> Врахування національних культурних цінностей – як умова розвитку духовної культури молоді	147
<i>Желізняк В.М.</i> Національні культури в умовах глобальних трансформацій	150
<i>Гуменюк С.М.</i> Філософські пошуки острозького традиціоналізму як взірць високоморального сенсотворення	153
<i>Герасименко О.А.</i> Вплив традицій міської культури Волині на становлення української національної ідентичності: погляд молоді	156
<i>Найда Р.Г.</i> Молодіжні товариства Волині у 20-30 роках ХХ століття: етико-педагогічні основи формування особистості	161
<i>Мулявка О.Є.</i> Культурні традиції Волині кінця ХVI – першої половини ХVII ст. як фактор генези сучасного українського суспільства	163
<i>Пігольчук В.П.</i> „Віртуальний андеграунд” як новий етап розвитку молодіжних субкультур	165
<i>Одолінська І.С.</i> Молодіжні субкультури в Україні в історико-культурній ретроспективі	169
<i>Бондарчук А.Я.</i> Особливості розвитку культури сімейних взаємин студентської молоді на сучасному етапі	172
<i>Крамаренко С.В.</i> Соціалізація дітей-сиріт у контексті проблеми готовності до самостійного життя	175
<i>Парфенюк В.І., Грицак Т.І.</i> Релігія як феномен духовного та суспільного життя	178
<i>Корольчук О.І.</i> Проблеми політичної свідомості й політичної культури суспільства на сучасному етапі розвитку	184
<i>Стеблецький В.В.</i> Геймерство: проблема чи крок у майбутнє	188
<i>Безкоровайна О.В.</i> Особистісне самоствердження в умовах глобалізації сучасної освіти	191
<i>Шевчук М.В.</i> Інформаційне забезпечення наукової діяльності студентів	196
<i>Котяш О.М.</i> Жіночий рух України в історичній ретроспективі: становлення та розгортання	199

Ç³ÑÒ II ÒÏÓ

Розділ III.

Художня діяльність: сутність проблематика, перспективи3

Рудий О.П. Художні процеси і їх роль у дослідженнях археологів кінця XIX – початок XX століттях3

Белова О.С. Міф і реальність у радянському мистецтві 20-х років XX століття6

Сташук О.А. Образотворче мистецтво і духовна культура особистості 11

Артюхова І.Ф. Формування ціннісних орієнтацій майбутніх учителів музики 15

Козачишина Г.О. Театр як фактор формування цінностей людини інформаційної доби 18

Опанасюк В.А. До питання формування пластичної культури оратора 22

Нагорний В.В. Творчість Юрія Андруховича як спроба захисту української національної ідентичності 26

Ігнатов С.О. Художня діяльність як процес маніфестації протиріч людської природи 31

Дзвінка О.В. Дитяча народна іграшка з Полісся 35

Забута Б.І. Народна мелодія у музичному полотні сучасних хореографічних постановок (з творчого доробку ансамблю народної музики „Наспів” МБК) 38

Тарасенко О.Л. Духовна музика в контексті суспільних реалій 41

Ужвинський М.Ю. Концертне озвучення і звукозапис бандури 43

Смирнова Т.В. Магнатський театр на Волині наприкінці XVIII – початку XIX ст. 49

Губа О.А. Вплив керівника аматорського театрального колективу на формування особистості молодших школярів 54

Сістук О.Г., Черуха А.А. Рівненський обласний академічний музично-драматичний театр в контексті всеукраїнського сценічного мистецтва 60

Москалець Д.О. Аматорське кіно Волині крізь призму соціокультурних реалій II половини XX – початку XXI століття 64

Артюх Г.О., Голіков О.С. Образ молоді в сучасному кінематографі на пострадянському соціокультурному просторі 69

Ковальчук В.В. Кіномистецтво незалежної України: стан, проблеми, перспективи розвитку 71

Заблоцька С.М. Особливості творчого методу абстракціоністів у фокусі практики авангарду 75

Катеринчик О.М., Левенець М.В. Українська вишивка: символи та орнаментальні мотиви 79

Пашковська Л.В. Творча спадщина Федора Вовка в контексті вивчення української культури 82

Гнатюк Е.М. Традиція і новація в західноєвропейській культурі межі XIX-XX ст. 85

Ніколаєва А.О., Гнатюк Е.М. „Політичний салон” 30-х: на матеріалі образотворчого мистецтва Радянського Союзу і Німеччини (порівняльний аспект) 88

Верховенко О.А. Художньо-естетичні принципи танцю-модерн: історико-культурний аспект 93

Ігнатова Л.П., Петлій С.В. Рок-культура як форма самореалізації молодого покоління 94

Мазур Г.Я. Розвиток хорової культури Дрогобиччини другої половини XIX – першої половини XX століть 99

Гаркала І.Й. Театр ім. Марії Заньковецької: етапи становлення 105

Корінь Н.А. Художнє сприйняття мистецтва – провідний фактор естетичного виховання особистості 109

Маркевич О.С. Трансформація трипільської культури у сучасному українському мистецтві 112

Мельник Н.В. Шоу-бізнес як культурний феномен сучасного суспільства 114

Розділ IV.

Самореалізація і самоорганізація молодого покоління в культурному просторі XXI століття 119

Терешко Л.В. Методологічні засади формування культури здоров’я майбутнього педагога 119

Башавець Н.А. Самореалізація та самоорганізація молодого покоління через культуру здоров'язбереження	124
Жук В.М. Актуальні питання підготовки магістрів зі спеціальності „Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія”	126
Грінберг Л.Ф. До проблеми адаптації студентів-заочників молодших курсів до навчання у вищому навчальному закладі	130
Дубовик С.М. Формування продуктивного стилю професійного спілкування у майбутніх викладачів економіки	132
Семенюк-Іванюк Л.Ю. Формування професійної свідомості майбутнього вчителя – основа розвитку синтетичного мислення	136
Борисенко Л.Л. Психолого-дидактичні аспекти активізації пізнавальної діяльності студентів	142
Забута Т.В. Мотивація навчально-пізнавальної діяльності як основа формування професійної культури	146
Вакульчук М.В. Риторична культура особистості в умовах вищої школи	149
Вітюк В.В. Культура мовлення сучасної молоді в умовах розгортання глобалізаційних процесів	152
Шолудько Н.Г. Студентське самоврядування як форма розвитку громадянської активності молоді	155
Хижняк О.В. Студентське самоврядування як фактор формування європейського освітнього простору ХХІ століття	158
Лукач О.М. Моральна поведінка як складова духовної культури студентської молоді	161
Хондока Р.В. Духовний розвиток сучасної молоді	164
Гордійчук А.М., Зарицька А.А. Педагогічні умови формування духовного потенціалу студентської молоді	166
Гладун Л.О. Нові інформаційні технології навчання як засіб навчальної діяльності студентства ..	170
Кащук М.В. Розвиток інтелектуальних здібностей дитини у дозвіллевому просторі навчально-виховних та соціокультурних закладів	174
Кравченко А.С. Студентське самоврядування як механізм формування нової української еліти	179
Шолудько Н.Г., Качорець Н.В. Учніське самоврядування: структура, функції (на прикладі Франівської та Бочаницької ЗОШ Рівненської області)	182
Лавренчук Я.Ю. Явище перемикування коду як характеристика глобальних процесів	186

Наукове видання

ÀÈÒÓÀËÛ³ ÌÈÒÀÍÛ ÈÓËÛÒÓÐÎËË³;

ÀËÛàìàõ àòéâîâî òâàððèòàà "Àò³à"èàââðè éóëüòóðîëèâ³;
Ð³áíáíñüéîâî äðæàâîâî àóàì³ òàððîâî ó³ââðèòàòó

Випуск 6

Том I

Наукове редагування – *проф. Виткалов В.Г.*
Комп'ютерний набір – *Федорук Л.М.*
Комп'ютерна верстка та макет – *Федорук Л.М.*
Упорядкування і коректура – *Виткалов В.Г., Граб О.В.*
Редактор - *Парфенюк В.І.*
Відповідальний за випуск – *Виткалов В.Г.*

Підписано до друку 26.10.2007.
Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Умовн. друк. арк.19,7. Наклад 300 прим.

Адреса редакції: Рівне, вул. С.Бандери, 12.
Рівненський державний гуманітарний університет
Кафедра культурології. Тел. 8 (0362) 22-20-32
Видавничі роботи: ППДМ
свідоцтво про державну реєстрацію РВ №11 від 12.06.2002 р.
35304, Рівненська обл., Рівненський р-н, с. Корнин, вул. Центральна, 58

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ: Альманах наукового товариства “Афіна”
кафедри культурології: Матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної конференції
**“СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДУХОВНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ
РОЗГОРТАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ”:** У 2-х т. – Випуск 6. – Рівне: РДГУ, 2008.
– Т.1. – 204 с.

ISBN 978-966-8424-77-9

ББК 71.0
УДК 008:168.522

Редакційно-видавничий відділ
Рівненського державного гуманітарного університету
33028, м. Рівне, вул. С. Бандери, 12