

Міністерство освіти і науки України  
Рівненський державний гуманітарний університет

# **УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА:**

***минуле, сучасне,  
шляхи розвитку***

**Збірник наукових праць**

*Наукові записки  
Рівненського державного гуманітарного університету*

**Випуск 19  
У 2-х т. Том II**

*Засновано у 2000 році*

Рівне – 2013

ББК 63.3(4Укр)-7  
У45  
УДК 94(477)

**Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку :** зб. наук. пр. : наук. зап. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту. – Вип. 19. Т. 2 / упоряд. В. Г. Виткалов ; редкол.: А. Г. Баканурський, В. Г. Горпенко, С. В. Виткалов та ін. ; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. – Рівне : РДГУ, 2013. – 318 с.

*У збірнику вміщено статті науковців вищих навчальних закладів, присвячені розгляду історико-мистецької проблематики переважно західноукраїнських теренів. Певна частина матеріалу висвітлює різнобічні грані теоретико-методологічних проблем українського мистецтва. Окремий розділ складають повідомлення, огляди та рецензії.*

*Для науковців, студентів, аспірантів та усіх тих, хто цікавиться вітчизняною історико-мистецькою спадщиною.*

#### **Редакційна колегія:**

Головний редактор: **Виткалов В.Г.** – кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри культурології Рівненського державного гуманітарного університету

**Баканурський А.Г.** – доктор мистецтвознавства, професор (Одеса)  
**Виткалов С.В.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (Рівне),  
відповідальний секретар  
**Горпенко В.Г.** – доктор мистецтвознавства, професор (Київ)  
**Захарчук-Чугай Р.В.** – доктор мистецтвознавства, професор (Київ)  
**Іваницький А.І.** – доктор мистецтвознавства, професор (Київ)  
**Кияновська Л.О.** – доктор мистецтвознавства, професор (Львів)  
**Овсійчук В.А.** – доктор мистецтвознавства, професор (Київ)  
**Постоловський Р.М.** – кандидат історичних наук, професор (Рівне)  
**Ричков П.А.** – доктор архітектури, професор (Рівне)  
**Супрун-Яремко Н.О.** – доктор мистецтвознавства, професор (Рівне)  
**Троян С.С.** – доктор історичних наук, професор (Рівне)  
**Федорук О.К.** – доктор мистецтвознавства, професор (Київ)  
**Стоколос Н.Г.** – доктор історичних наук, професор (Рівне)  
**Жилук С.І.** – доктор історичних наук, професор (Рівне)

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
КВ № 15560-4032 Р. Зареєстровано Міністерством юстиції України,  
наказ № 1489/5 від 18.08.2009 р.*

Упорядник: проф. **Виткалов В.Г.**

Науково-бібліографічне редагування: **наукова бібліотека РДГУ**

Рецензент: **Афанасьєв Ю.Л.** – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри образотворчого мистецтва і дизайну Київського університету ім. Б.Грінченка

Друкується за рішенням вченої ради РДГУ (протокол № 4 від 29 листопада 2013 р.)

Редакційна колегія не завжди поділяє точку зору авторів.

Збірник зареєстрований Президією ВАК України як фахове видання з проблем мистецтвознавства (постанова № 2409/2 від 9.02.2000 р.) і перереєстрований як фахове видання з культурології (постанова № 1-05/5 від 18.11.2009 р.) та мистецтвознавства (постанова № 1-05/4 від 14.10.2009 р.)

ISBN 978–966–8424–76–2

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2013

**Key words:** cinema, public advertising, women's images in the soviet cinema.

#### **Аннотация**

Рассматривается советское игровое кино в качестве социальной рекламы, внедрившей в общественное сознание нормы социально одобряемого женского поведения и популяризовавшей профессии, в которых советское общество готово было видеть женщину.

**Ключевые слова:** игровое кино, социальная реклама, женские образы в советском кино.

*Надійшла до редакції 15.11.2013 р.*

**УДК [7:005]:008**

**Н.Г. Андросчук**

### **ФУНКЦІЇ МОДИ В СИСТЕМІ КУЛЬТУРИ**

Мода, як системне явище, включає в себе обумовлюючі її об'єктивні фактори, особливі стани суспільної свідомості, специфічні форми поведінки людей і відповідні їм культурні зміни і форми. Поняття «мода» пов'язане з такими категоріями, як «модна особистість», «модна поведінка», «модна зовнішність», «модне мислення».

Підхід до моди як до особливого механізму, що впливає на культуру, дає можливість постановки питання про широкі соціальні функції моди, пов'язані з розвитком тих областей культури, де вона діє. Це сприяє подоланню поширення поглядів на моду, як на явище в соціальному відношенні мало важливе, а також дозволяє дати об'єктивну оцінку суспільної значущості цього явища.

Специфічною рисою ХХІ ст. є поширення масової культури. Масовість стала невід'ємною частиною багатьох соціальних процесів, вона проявляється у різних сферах соціально-економічного, політичного і культурного життя. Мода є явищем культури, причому, явищем масовим, і складна її природа розвивається разом із динамікою суспільства. Мода містить у собі соціальні, культурні і повсякденні ідеї, що здійснюють рішучий вплив на процеси культурної динаміки. Мода – культура матеріальна, в якій втілено культуру духовну, оскільки люди прагнуть не прикрити тіло, а втілити мрію. Людина захоплюється модою, щоб бути співзвучною сучасності. Особистість має багато способів заявити про себе, але найважливішим і визначальним є спосіб зовнішньої презентації. Як запах справляє на нас враження тільки при своїй появі, а смак вина відчувається тільки за першим бокалом, так само і люди справляють своє перше враження тільки при першій зустрічі. І саме в одязі людина демонструє свою індивідуальність. Кожен із нас, збираючись на зустріч, організовуючи свято, не думає про те, як воно пройде, а в першу чергу, що ж одягнути і як буде виглядати. Ще одна важливість одягу – вирішення багатьох проблем: він допомагає швидко й безболісно змінитись, вдосконалитись, трансформуватись. Змінити зовнішність значно легше, ніж змінити внутрішній світ. Але фізичне тіло формується людиною залежно від її духовних потреб, через фізичне тіло ми відчуваємо прояви душі, які, в свою чергу, продукують творче тіло, тобто одяг. Мода є візуальною, феноменальною і багатофункціональною культурою.

*Метою дослідження є спроба виділити і дослідити основні функції моди на основі тенденцій сучасного мислення в контексті масової культури.*

Наукове дослідження моди тривалий час в Україні недооцінювалось і не проводилось. Проте, дослідження феномену моди належить до числа міждисциплінарних. Тому при дослідженні використовувались дані різних гуманітарних наук: філософії, мистецтвознавства, культурології, історії, семіотики, психології та інших. Методологічно

важливі для дослідження феномену моди орієнтири виявлено в класичних працях В. Зомбарта, Г. Зімеля, І. Канта, Г. Спенсера, Б. Паригіна, Й. Хейзінги, Е. Берна.

Література, присвячена моді, достатньо об'ємна і різнопланова, але вона має не стільки науковий, скільки описовий характер. Представники такої філософської дисципліни як естетика вивчають моду в аспекті специфічного прояву ціннісного ставлення людини до світу, як особливу сферу художньої діяльності, підкорену естетичним вимогам епохи (В. Казарінова, І. Григор'єва, Н. Савельєва, А. Гофман). Р. Інгарден [4] розкриває питання цінностей, їх розрізнення, а мода є безпосередньо ціннісним продуктом. У площині семіотики питання моди і тілесності розглядала А. де Сузнель [1]. Ю. Лотман, Р. Барт, Ж. Бодрийяр, К. Юнг вбачали в моді знакову систему. Онтологічний статус моди розкриває у своєму дослідженні Г. Куц [6]. Свій внесок у дослідження моди і причин її виникнення внесли і психоаналітики, такі як З. Фрейд, С. Шпільрейн, М. Фуко, пов'язуючи моду з підсвідомими процесами. Проблеми побудови іміджу, питанню візуальної саморепрезентації присвятили свої праці сестри Соріни [10], Г. Почепцов [7; 8]. Проблема тіла і моди присутня в працях М. Мосса, Е. Кречмера, Н. Михайлівського, М. Мерло-Понті, Ф. Ніцше, А. Шопенгауера. К. Маркс, Ф. Енгельс, В. Ленін належать до числа критиків моди як соціально-економічного явища. Архетипність моди полягає в її праобразності, ідейності і передумовності. Це є смисл, що спрямовує і організовує життя людини. Людина, живучи в первісному суспільстві, серед тварин, в суспільстві, що розвивається, де виникають нові цінності і, зрозуміло, що член даного суспільства змушений пристосовуватись до такого процесу, повністю змінюючи своє життя, уподібнюючись іншим. Так народжується явище імітації. Причому, ця імітація вічна, масова, тому що саме масовість керує свідомістю індивідів, унітаризує світосприйняття.

Отже, простежується повна взаємозалежність – масове і індивідуальне, що являє собою формотворчий синтез. Цей процес є незмінний, оскільки людина може жити лише у суспільстві (так само як і мода), тому, приносячи щось особистісне, збагачуємо масовість, адже усе індивідуальне згодом стає колективним. Тобто, здійснене бажання виокремитись зникає, проте, з'являються нові і нові бажання, що породжує потреба обов'язкового задоволення. Імітація має свою першооснову не лише у первісному, цивілізаційному суспільстві, а ще задовго до появи людства. Тваринному світу умовно можна прищепити ярлик «винахідника» такого процесу. Прикладом є хамелеон, який змінюючи забарвлення, пристосовується до навколишнього середовища, захищається. Значить, головним призначенням одягу, що супроводжував людину з початку існування, був захист від негативних впливів зовнішнього середовища. Але одяг використовують не лише з утилітарною метою, але й заради краси, доказом чого виступає традиція прикрашання самого одягу. Захисна функція безпосередньо пов'язана з географічними та кліматичними особливостями. Це зумовило появу великої кількості видів та форм одягу виконаних з різноманітних матеріалів. Слід зазначити, що одяг хоча й призначений перш за все прикривати плоть, відкриває багато з того, що хоче висловити дух. Отже, одяг має функцію й психологічного захисту особистості. Жінки впевнені в своєму первородстві, по сторонах не дивляться і намагаються не дивитись і не звертати уваги на те, як і в що одягнені інші, тому що кількість чужих діамантів і екстравагантність туалетів можуть зіпсувати настрій і викликати комплекс неповноцінності, навіть якщо власний одяг і аксесуари дуже коштовні [3; 10]. Ми несвідомо не одягаємо якусь річ, хоча всі погані переживання, пов'язані з нею, давно зникли, залишається лише річ, як неприйнята. Регресія – також захисний механізм, що характеризується поведінкою, яка не відповідає віку людини (дама похилого віку одягається не за віком, але відчуває себе в цьому комфортно). Рационалізація захищає від переживань і необхідності приймати якісь рішення. Проекцією, зазвичай, називають приписування людиною власних негараздів, негативних якостей, неусвідомлених думок і бажань іншим людям. Не усвідомлюються вони тому, що суперечать поняттям і поглядам інших людей. Проекція проявляється і в

ситуаціях, коли люди радять іншим те, що самі ніколи не одягнуть. Це є розрядка емоцій, гніву на інші об'єкти. Також психологічний захист відбувається методом заміщення, компенсація – часто проявляється в манері одягатися, коли людина несвідомо намагається вирішити свої реальні чи вигадані психологічні проблеми. Наприклад, намагання до фізичної чистоти в одязі компенсує недостатню душевну чистоту людини. Одяг – ідеологія. Людину завжди можна зрозуміти, знаючи, який одяг вона носить [5; 51]. Таким чином, можна виділити основні функції одягу: захисту, комфорту, регулятивну, естетичну, інформаційну, особливо в епоху інформації. «Кожен заслуговує на те, щоб його уважно розглядали, але не кожен вартий того, щоб з ним розмовляли» [11; 7]. Модна зовнішність відображає образ думок і життя людини, її манери і мораль. У сучасному суспільстві, де спілкування між людьми носить поверхневий і короткочасний характер, інформацію про людину передає її зовнішність і, як правило, ту інформацію, яку вона сама хоче повідомити, тому в наш час особливо велика роль модної зовнішності, як однієї з умов спілкування. «Подай себе як король і будеш прийнятий як король» [3; 10]. Мода є особливим типом інформаційного процесу, інформація кодується за допомогою тіла і передається тілом (одяг – тіло – текст). Мода є формою риторики. В одязі людина відтворює свої думки і уявлення в знакових системах, тим самим об'єктивує їх. Це означає, що вони немов відділяються від творця, набувши самостійного понад особистісного існування, вони стають соціальною інформацією, носієм якої є людина. Носій одягу виступає знаковим об'єктом [9; 442]. Мода є засобом вираження особистості, а одяг є знаковою системою, що характеризує «концепцію особистості». Ми надаємо перевагу судити про людей по зовнішніх ознаках, це тому, що легше за все побачити : одяг, жести, слова, вчинки. В соціальній сфері зовнішній вигляд є барометром для всіх наших оцінок і суджень, і, значить, потрібно ретельно слідкувати за тим, щоб про вас думали правильно чи неправильно. Один хибний крок, одна сумнівна або непередбачувана зміна вашого образу можуть бути нищівними. Ось чому так важливо створити і підтримувати власний образ [3; 101]. Адаптивна функція полягає в пристосуванні середовища до своїх власних потреб. Розвиток культури дав людині той захист, яким не обдарувала її природа : можливість створювати і використовувати одяг. Людина наділена здатністю освоювати будь-які природні умови не за рахунок зміни біологічних видових ознак, а шляхом формування захисного шару штучних умов існування. Людина за допомогою своєї культуротворчої діяльності пристосовується до природи. Але тут можна спостерігати зворотну адаптацію. З однієї сторони, природу адаптуємо до наших потреб, але, з другої сторони адаптуємося вже з народження до функціонуючого смислового шару, без знання якого виживання в певній культурі неможливе. В працях Г. Блумера мода розглядається як засіб втілення нових соціокультурних норм і адаптації до них. Мода слугує одним із засобів пристосування індивіда до соціального і культурного досвіду. Адаптивну функцію можна розглядати в широкому розумінні і будь-якому аспекті. Ми адаптуємося до наших же людських ідей. Комунікативна функція полягає в тому, що мода є умовою і результатом людського спілкування. Одяг задовольняє потребу в самоствердженні і престижі. Залежно від форми одягу, стилістики відбувається приємний або неприємний контакт, і одяг спрямовуватиме спілкування відповідно до тієї ролі, на яку претендує людина. Гарно одягатись – це правильно керувати спілкуванням, і особливу увагу необхідно звернути на формування першого враження. Одяг є знаковою системою. Мова одягу – засіб безсловесної саморепрезентації особистості [10; 6]. Завдяки такому спілкуванню люди можуть створювати, зберігати і розвивати культуру. В одязі ми опредмечуємо свої думки та засвоюємо, розпредмечуємо зафіксовані в ньому думки інших людей. Основне завдання комунікації полягає в обміні культурними цінностями.

За допомогою інтегративної функції мода об'єднує народи, соціальні групи, держави і є засобом їх ідентифікації. Будь – яка соціальна спільнота, в якій складається своя мода, згуртовується цією модою. Тому що серед членів цієї спільноти поширюється

єдина сукупність поглядів, цінностей, ідеалів, характерних для даної культури і визначаючих свідомість та поведінку людей. У людей складається відчуття приналежності до певної групи. Мода, так як і релігія, ідеологія є важливим об'єднувачим чинником. Мода є елементом культури, її представником і включає також етнокультурні стереотипи, типові риси, характеризуючи той чи інший народ. Автостереотипи відображають те, що люди думають про свій власний народ. Вони є важливим і складним елементом національної самосвідомості, що формують загальні норми поведінки, яким повинен обов'язково слідувати представник нації. Це сприяє об'єднанню і самоствердженню. З однієї сторони, у автостереотипі народ завжди певною мірою ідеалізує і підносить себе (італійці горді тим, що всі народи слідуєть італійським модним тенденціям), вносячи в цей стереотип позитивні риси, необхідні для його виживання, з іншого боку, у автостереотипі включено психологічні особливості, на які люди спираються для самовиправдання. В гетеростереотипах відтворюються думки одного народу про інший. Вони більш критичні, і не рідко є джерелом упереджень. Зустрічаючись із представником іншого народу, люди мають природну схильність сприймати їх поведінку з позиції своєї культури. Мода – елемент соціальної невербальної комунікації, що базується на полісемантичній природі одягу. Кожна естетика представляє собою ідеал прекрасного певної епохи, певного народу, і в силу того, що епохи, народи бувають різними, то і ідеал прекрасного повинен постійно змінюватись. Функція соціалізації забезпечує включення індивіда у суспільне життя і засвоєння ним соціального досвіду, знань, цінностей, норм, відповідаючи даному суспільству, соціальній групі, соціальній ролі. Процес соціалізації дозволяє особистості стати повноцінним членом суспільства, зайняти в ньому певну життєву позицію і жити так, як того вимагають звичаї і традиції, або ж можна бути ізольованим від соціалізації. Персональний склад суспільства і соціальних груп постійно оновлюється, змінюються виконавці соціальних ролей, але завдяки соціалізації нові члени суспільства пристосовуються до накопиченого досвіду і продовжують слідувати зафіксованим у цьому досвіді зразкам. Мода слугує одним із засобів пристосування індивіда до соціального і культурного досвіду. Модні стандарти легко циркулюють від суспільства до суспільства, від однієї соціальної групи до іншої, зазнаючи при цьому більші чи менші трансформації. Мода – це статусна планка в суспільстві. Наприклад, наслідування королівської моди мотивувалось прагненням вказати на свою приналежність до знаті, хоча б зовнішньо наблизитись. Із давніх часів і до сьогодні правителі і їх свита відділялись від «простого люду» за допомогою певного набору символів влади, одним з яких є одяг. Сучасна успішна людина також повинна мати дорогі атрибути зовнішності: годинник, костюм, взуття, сумку відомих лідерів у світі моди, виражаючи цим приналежність до суспільної вишості. Досить схожою є інтегративна функція моди. Вона об'єднує не лише широку масу, але й локальні групи, що викликає деінтеграцію, тому що одна локальна група протиставляється іншій. Це прослідковується у славнозвісному Парижі, де модельєри прагнуть об'єднати усіх, зберігаючи багатство змістів локальних груп. І тут велику роль відіграє традиція, яка не є жорстко визначена, а загальнолюдська. Завдяки їй передається досвід, зберігається культура, і на основі традиції створюється нове, що значно стимулює. Адже чим замкнутіше суспільство для новизни, нововведень, запозичень, тим слабший тут соціально-культурний розвиток. Унаслідок протиставлення завжди відбувається об'єднання.

Розглянемо навіть український народний костюм: у кожній області він особливий, з певним значенням і призначенням. Західна Україна різниться у вбраннях зі Східною Україною. З цим тісно пов'язане географічне розташування, звичаї, які є конкретно-особистісними, на відміну від традиції. Але традиція кодує в собі всю інформацію і зміст, вона є необхідним елементом у творенні моди. Наприклад, фасони брюк постійно змінюються, оновлюються, але носіння самих брюк як таких є традиційним і незмінним, і якщо перші належать до сфери моди, то останні належать звичаю. Моди функціонують у рамках звичаю [2; 166]. Звичай і мода – основний вид копіювання, наслідування. Звичай –

копіювання предків, обмежене рамками свого суспільства, а мода – копіювання сучасників, що носить «екстериторіальний» характер. Традиція існує завжди і в усьому, і для того щоб витіснити традицію, інновації необхідно завоювати звичай. Традиція задає загальну спрямованість, а не рамки. Якщо звичай порівнювати з каменем, а моду з водою, то можна сказати, що вода камінь точить. Мода, як правило, не входить у різку суперечність з умовами, що змінилися і додає в звичай нове; звичай, будучи довготривалим і консервативним чинить опір моді, але не отримує перемоги. Проте, мода використовує елементи культурного спадку. Дизайнери широко використовують в своїй творчості стильові особливості традиційних культур. Так, В. Гресь, О. Караванська, І. Сен Лоран використовують у своїх моделях етностиль. Рекреативна функція моди, або функція психофізіологічної розрядки, відновлення сприяє зняттю психологічної напруги, дає відчуття емоційного комфорту. Адаже одяг дає задоволення, наприклад, споглядання гарного одягу. Навіть діти інтуїтивно тягнуться до привабливо одягнених людей, а батьки гарно одягають немовлят для своєї ж потреби в спогляданні прекрасного. Позитивні емоції дорослих викликають перегляди журналів і колекції ведучих модельєрів. Гарний одяг створюється для задоволення потреби в позитивних емоціях. Задоволення викликає одяг, який подобається. Людина відчуває потребу у грі. Всім нам в дитинстві подобалось одягати костюми казкових героїв. Дитині достатньо одягти на себе костюм, і, гра відбулась. Потреба у грі у дорослих реалізовувалась через одяг у всі часи – в карнавальних костюмах і святкових вбраннях (весільна сукня), що дарує відчуття щастя.

Отже, мода як матеріально-духовний елемент культури є поліфункціональною, завжди є і буде новою, тому що новими є покоління творців і споживачів, які весь час змінюються. Вони несуть з собою нові цінності, що трансформують суспільство. У відповідності з новими модами змінюється і саме людство. Ідеї курсують разом із людьми.

#### Список використаної літератури

1. *Аннік де Сузнель*. Символіка людського тіла / Сузнель де Аннік. – К. : Знання-Прес, 2003. – 566 с.
2. *Гофман А. Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – СПб. : Питер, 2004.
3. *Греен Р.* 48 законов власти / Р. Греен. – М. : Рипол Класик, 2002. – 768 с.
4. *Інгарден Р.* Художні цінності та естетичні цінності / Р. Інгарден // Філософська думка, 2005. – № 6. – С. 65–87.
5. *Коельо П.* Відьма з Портобелло / П. Коельо. – К. : Софія, 2007.
6. *Куц Г.* Онтологічний статус моди / Г. Куц // Філософська думка. – 2005. – № 6. – С. 127–145.
7. *Почепцов Г. Г.* Від facebookу і гламуру до wikileaks : медіа комунікації / Г. Г. Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. – 464 с.
8. *Почепцов Г. Г.* Имиджеология / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – 704 с.
9. *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2001.
10. *Сорины Сестры.* Язык одежды / Сестры Сорины. – Луганск : Глобус, 1999. – 198 с.
11. *Шопенгауер А.* Мысли / А. Шопенгауер. – Х. : Фоліо, 2009.

#### Резюме

Виділено і досліджено основні функції моди на основі тенденцій сучасного мислення в контексті масової культури.

**Ключові слова:** тіло, мода, культура, функції, одяг.

#### Summary

**Androshtchuk N. Functions of fashion in the system of culture**

It was determined and researched the main functions of fashion in the system of culture.

**Key words:** body, fashion, culture, function, clothing.

### Аннотация

Определены и исследованы основные функции моды на основе современного мышления в контексте массовой культуры.

**Ключевые слова:** тело, мода, культура, функции, одежда.

Надійшла до редакції 3.12.2013 р.

УДК 7.034:687.01

О.М. Воронцова

## ВИКОРИСТАННЯ МИСТЕЦЬКИХ НАДБАНЬ РЕНЕСАНСУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ОДЯГУ

*Постановка проблеми.* Оскільки основним завданням дизайну є гармонізація внутрішнього світу людини, він із самого початку свого існування був і залишається пов'язаним із пластичними мистецтвами: скульптурою, живописом, архітектурою, графікою. Мистецтво для дизайну відіграє роль першооснови, що освоєє нові творчі технології та прийоми виразності. Його вивчення базується на аналізі історії й теорії розвитку мистецтва, зокрема світових художніх стилів, що містить у собі змістовно-темпоральний алгоритм формування предикативних особливостей розвитку сучасного дизайну. В цьому сенсі дизайн, зокрема дизайн одягу, слід розглядати як реципієнт світового художньо-культурної спадщини.

Мистецтво італійського Ренесансу останнім часом є джерелом натхнення для провідних фахівців сфери дизайну одягу та fashion-індустрії загалом: стилістів, фотохудожників, перукарів, візажистів, іміджмейкерів, десинаторів та ін.

Ретроспективний дискурс портретного живопису епохи Відродження дозволяє фіксувати та аналізувати зміни світського костюма і аксесуарів XV-XIV ст., репрезентуючи «модні тенденції» Італійського Ренесансу, серед яких підкреслимо відхід від важких гротескних форм раннього Середньовіччя на користь елегантних ліній і нових пластичних тканин: дамаску, оксамиту, парчі. Лляні вибілені сорочки, які носили під основним одягом, були також важливими, особливо для контрасту з тканинами складної фактури та яскравого колористичного рішення.

Сьогодні дизайнери користуються емпіричними методами асоціативного мислення, тому що від сучасного дизайну одягу не можна очікувати прямого переносу тих чи інших деталей ренесансного костюма в костюм сучасний; він постає у стилізованому, трансформованому, переосмисленому вигляді.

Ідейно-світоглядні засади та культурні традиції періоду Італійського Відродження знайшли своє відображення у культурно-мистецькому просторі XXI ст., багатому на нові репрезентативні форми сучасного мистецтва – кінематограф, перформанс, фотомистецтво, фестивалі, театралізовані вистави тощо.

*Метою даного дослідження є* аналіз стильових ремінісценцій Італійського Ренесансу у сучасних подіумних колекціях одягу haute couture та pret-a-porter; дослідження нових репрезентаційних форм художньої спадщини доби Італійського Відродження в культурно-мистецькому просторі XXI ст.

*Методи дослідження.* Автором використано мистецтвознавчу методологію щодо збору, структурування, систематизації і аналітичного дослідження матеріалу, а саме:

– *метод спостереження* (натурного обстеження) – для епізодичного й систематичного вивчення формотворчих та композиційних характеристик сучасного костюма і костюма Італійського Ренесансу;

– *метод системного та порівняльного аналізу* – для визначення подібності, відмінності або аналогії між схожими елементами стильових ремінісценцій костюма Італійського Ренесансу у сучасному дизайні одягу: форми рукавів, художньо-



## ЗМІСТ

### **Розділ I. ДИНАМІКА КУЛЬТУРИ. КУЛЬТУРНА ПАМ'ЯТЬ. КУЛЬТУРА ТА ТРАДИЦІЇ**

<b>І.В. Петрова.</b> Свобода і необхідність у дозвіллевих практиках Давньої Греції .....	3
<b>К.М. Гамалія.</b> Наука як специфічна форма людського знання у давній Греції .....	8
<b>Т.І. Гавєська.</b> До витоків моралі в суспільстві .....	13
<b>Р.І. Безугла.</b> Розкіш як універсальна характеристика гламуру. Еволюція розкоші в роботі В.Зомбарта «Розкіш і капіталізм» .....	18
<b>Г.Д. Миленька.</b> Естетико-мистецтвознавча спадщина Г.Е. Лессінга: український теоретичний досвід .....	23
<b>А.А. Мірошніченко.</b> Професійна музична освіта в Україні наприкінці ХІХ – 20-х рр. ХХ ст. ....	28
<b>Б.М. Кисляк.</b> Становлення баянно-ансамблевого виконавства (20-40 роки ХХ ст.) .....	32
<b>А.О. Гончаренко, Н.В. Мархайчук.</b> Постаць Т. Шевченка в монументальній скульптурі України першої половини 1990-х: міф і дійсність .....	36
<b>Ю.І. Марційчук.</b> Зміни смислових акцентів у візуалізації образу Т.Г. Шевченка .....	42
<b>Т.О. Чернета.</b> Кобзарі і бандуристи у літературній спадщині І.М. Шаповала .....	47
<b>С.О. Салдан.</b> Антропософські погляди Р. Штайнера на музичне мистецтво та їх вплив на творчість Леся Курбаса .....	51
<b>С.В. Оборська.</b> Об'єктивація проектної культури у мистецькому менеджменті .....	56
<b>Н.О. Мринська.</b> Сакральні чинники восьмикутної форми у створенні образності архітектурного середовища .....	60
<b>Ю.І. Круп'як.</b> Взаємодії простору та пластичного об'єму (за взірцями української скульптури першої третини ХХ століття) .....	64
<b>О.Г. Глушук.</b> Імпрези як форма організації культурно-мистецького життя Волині і третини ХХ століття .....	69
<b>І.В. Степанюк.</b> Народне хореографічне мистецтво Волині .....	74
<b>Г.О. Зеленик.</b> Розважальна діяльність у київських садах та парках на межі ХІХ-ХХ століть .....	78
<b>О.А. Чумаченко.</b> Неоромантизм української літератури і мистецтва 1920-х років: до проблеми критичного осмислення .....	82
<b>О.М. Бляшук.</b> Видавнича діяльність Товариства ім. митрополита Петра Могили в Луцьку 1932-1939 роках: історико-культурологічний аспект .....	87
<b>Г.О. Малеончук.</b> Мистецьке життя Луцька в міжвоєнний період .....	90
<b>Л.В. Книшева.</b> Освітня діяльність Донецького обласного відділення Музично-хорового товариства УРСР та його роль у становленні музичної освіти Донеччини 1960-1970 рр. ХХ ст. ....	95
<b>В.О. Радзівський.</b> Про похідні субкультури в Україні у 1941-1944 рр. ....	99
<b>Ю.С. Шевчук.</b> Радянське ігрове кіно як соціальна реклама .....	105
<b>Н.Г. Андрощук.</b> Функції моди в системі культури .....	110
<b>О.М. Воронцова.</b> Використання мистецьких надбань ренесансу в сучасному дизайні одягу .....	114

### **Розділ II. ПРОБЛЕМИ І СУПЕРЕЧНОСТІ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОЦЕСУ**

<b>О.В. Кравченко.</b> Культурологічна морфологія культурної політики .....	120
<b>К.В. Фадєєва.</b> Культурні феномени: принципи метамовного «кодування» .....	125
<b>О.С. Колесник.</b> Форми художньої інтерпретації філософських теорій .....	130
<b>О.Р. Копієвська.</b> До питання про рефлексивну природу культурного пізнання .....	133
<b>С.Д. Устинов.</b> Виклики глобалізації та проблема збереження етнокультурних традицій у сучасному світі .....	138
<b>Ю.Л. Афанасьєв.</b> Етнодизайн у контексті націєтворення та глобалізації .....	143
<b>О.П. Мазуркевич.</b> Етнічні стереотипи традиційного спілкування та їх вияв в етикетних жестах .....	147

<i>В.А. Русавська.</i> Символіка української гостинності .....	152
<i>В.В. Прима.</i> Універсальне та національне у концепті гостинності .....	159
<i>О.Ю. Романова.</i> Популяризація народної весільної обрядовості в сучасному культурному просторі України .....	164
<i>Л.Л. Процик.</i> Традиційний світогляд українців як механізм пізнання світу .....	169
<i>Є.С. Рахуба.</i> Стан розвитку вітчизняної туристичної індустрії .....	173
<i>О.С. Ляховська.</i> Стан та перспективи розвитку круїзного туризму в Україні початку ХХІ століття .....	177
<i>Г.В. Злагодох.</i> Форми культурно-дозвілєвої роботи БММТ «Супутник» ЦК ЛКСМУ з іноземними туристами (70-ті роки ХХ ст.) .....	182
<i>Л.М. Устименко.</i> Релігійний туризм як історико-суспільне явище .....	187
<i>Г.Г. Вишневецька.</i> Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України .....	192

### **Розділ III. КУЛЬТУРА ТА СУСПІЛЬСТВО.**

#### **КУЛЬТУРА ПРОФЕСІЙНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ**

<i>О.Ю. Бучковська.</i> Міжкультурний діалог у контексті міжкультурної комунікації .....	197
<i>В.В. Лучанська.</i> Інформаційна детермінанта екології культури .....	201
<i>М.В. Худолій.</i> Культурна політика України: проблеми та перспективи розвитку галузі культури .....	209
<i>К.С. Палій.</i> Автентичність української культури в умовах глобалізаційних процесів .....	214
<i>Л.Л. Козинко.</i> Теоретичні аспекти антропологічного аналізу українського танцювального фольклору .....	218
<i>Н.О. Копилова.</i> Міфологема андрогінності та гендерні аспекти сучасної культури (український контекст) .....	223
<i>Н.Г. Сироватко.</i> Альтернативні молодіжні субкультури в Україні: класифікаційна характеристика та факторна обумовленість .....	229
<i>О.М. Тадля.</i> Студентський клуб як колективна форма організації культурно-дозвілєвої діяльності .....	234
<i>Ю.О. Москвічова.</i> Тематичні напрями й методологія сучасних досліджень регіональної культури України .....	239
<i>С.В. Виткалов.</i> Сфера регіональної культури: теоретико-прикладні питання .....	244
<i>Ю.С. Христюк.</i> Інтеграційна сутність дитячого та громадського середовища як елементів проектної культури .....	249
<i>Д.К. Авраменко.</i> Специфіка образу зовнішньої реклами в контексті художнього образу як частини культури .....	253
<i>К.Д. Лебедєва.</i> Дизайн політичної реклами: сучасний стан і тенденції .....	256
<i>М.П. Єфімова.</i> Інтерактивна дитяча книга в Україні: становлення та перспективи .....	259
<i>О.М. Гончарова.</i> Деякі особливості екскурсійної лекції в художніх музеях .....	263
<i>К.В. Чорна.</i> Інфотеймент та закономірності жанрово-творчих процесів в Україні .....	267
<i>Н.В. Скляренко.</i> Системні ідеї у дизайні: історичний екскурс .....	272

#### **Розділ IV. ПОВІДОМЛЕННЯ, ІНФОРМАЦІЯ, РЕЦЕНЗІЇ**

<i>Н.В. Кукуруза.</i> Жанр літературної композиції у ціннісно-естетичному вимірі .....	277
<i>Л.П. Ігнатова.</i> «Фрески у Zaleski» як рецепція салонної культури .....	281
<i>Ю.П. Драбчук.</i> Масова пісня в контексті творчості українських композиторів і виконавців .....	286
<i>Ю.В. Струтинська.</i> Інтер'єр кухні у міському житті .....	292
<i>Р.Й. Калин.</i> Українська співачка Галина Чорноба у світовому мистецькому просторі .....	297
<i>Т.М. Зіненко.</i> Культурологічна модель симпозіумів художньої кераміки в Україні як явища сучасної культури .....	301
<i>В.Г. Виткалов.</i> Нова спроба реконструкції регіонального культурно-мистецького розвитку країни .....	306
<i>Відомості про авторів</i> .....	310

## TABLE OF CONTENTS

### *Chapter I. DYNAMICS OF CULTURE. CULTURAL MEMORY.*

#### *CULTURE AND TRADITIONS*

<i>I.V. Petrova.</i> Freedom and necessity for leisure practices of Old Greece .....	3
<i>K.M. Gamaliya.</i> Science as a specific form of human knowledge in ancient Greece .....	8
<i>T.I. Gayevska.</i> To question of origin of morality in society .....	13
<i>R.I. Bezygla.</i> Luxury as universal description of glamour. Evolution of luxury in-process W.Sombart «Luxury and capitalism» .....	18
<i>G.D. Milen'ka.</i> Aesthetics in a study of art inheritance of G.E. Lessing: Ukrainian theoretical experience .....	23
<i>A.A. Miroshnichenko.</i> The Approval of the professional music education in the Ukraine in the end of the XIX <sup>th</sup> – the 20-ies of the XX <sup>th</sup> century .....	28
<i>B.M. Kyslyak.</i> Developing of accordion ensemble performance in Ukraine (20-40-ies of the XX <sup>th</sup> century) .....	32
<i>A.O. Goncharenko, N.V. Markhaychuk.</i> Figure of Taras Shevchenko in the Ukrainian monumental sculpture of the first half of 1990-s: myth and reality .....	36
<i>U.I. Martsiychuk.</i> Changes of semantic accents in visualization of the image of T.G.Shevchenko .....	42
<i>T.A. Cherneta.</i> The kobza and bandura players in I.Shapoval's literary heritage .....	47
<i>S.O. Saldan.</i> The R.Steiner's anthroposophical views on the musical art and their influence on the L.Kurbas's creative work .....	51
<i>S.V. Oborska.</i> Objectification of the project culture in the art management .....	56
<i>N.O. Mrynska.</i> Influence of sacral factors of octagonal form on creation of imagery of architectural environment .....	60
<i>Y.I. Krupyak.</i> Cooperations of space and plastic volume (after standards of Ukrainian sculpture of the first third of XX century) .....	64
<i>O.G. Gluschuk.</i> Impreza as form of organization of cultural and art life of Volyn of a third of the XX century .....	69
<i>I.V. Stepanyuk.</i> Folk choreographic art of Volyn .....	74
<i>G.O. Zelenyuk.</i> Entertaining activities of Kyiv gardens at the turn of the XIX-XX centuries .....	78
<i>O.A. Chumachenko.</i> Neoromanticism in Ukrainian literature and the arts of 1920-s: problem of critical re-thinking .....	82
<i>O.M. Blyashuk.</i> Publishing Society of Metropolitan Petro Mohyla in Lutsk	

in 1932-1939: cultural-historical aspect .....	87
<b>G.O. Maleonchuk.</b> Artistic life of Lutsk during the interwar period .....	90
<b>L.V. Knysheva.</b> Educational activities of the Regional Branch of Music and Choral Society of the USSR and its role in the development of music education in Donetsk region in 1960-70-ies of XX century .....	95
<b>V.O. Radzievsky.</b> About derivatives of subculture in Ukraine in 1941-1944 .....	99
<b>U.S. Shevchyk.</b> The Cinema of the Soviet Union as a Social Advertising .....	105
<b>N.G. Androshtchuk.</b> Functions of fashion in the system of culture .....	110
<b>O.M. Vorontsova.</b> Use of artistic acquisitions of renaissance in modern design of clothes .....	114

**Chapter II. PROBLEMS AND CONTRADICTIONS OF  
CONTEMPORARY CULTURAL PROCESS**

<b>O.V. Kravchenko.</b> Culturological morphology of cultural policy .....	120
<b>K.V. Fadyeyeva.</b> Cultural phenomena: principles of metalinguistic coding .....	125
<b>O.S. Kolesnyk.</b> Forms of the artistic interpretation of philosophical theories .....	130
<b>O.P. Kopyevska.</b> To question about reflexive nature of cultural cognition .....	133
<b>S.D. Ustinov.</b> Challenges of globalization and the problem of preservation of ethno cultural traditions in the contemporary world .....	138
<b>U.L. Afanas'yev.</b> An ethnic design in the national culture in the period of globalization .....	143
<b>O.P. Mazyrkevych.</b> Ethnic stereotypes of traditional communication and their display in etiquette gestures .....	147
<b>V.A. Rusavskaya.</b> Symbolism of Ukrainian hospitality .....	152
<b>V.V. Prima.</b> Versatile and national concept in hospitality .....	159
<b>O.U. Romanova.</b> Popularization of folk wedding rituals in modern cultural space of Ukraine .....	164
<b>L.L. Protsyk.</b> Traditional outlook of Ukrainians as a mechanism for understanding of the world .....	169
<b>E.S. Rahuba.</b> State of development of the domestic tourism industry .....	173
<b>O.S. Lyahovska.</b> State and prospects of development of cruise tourism in Ukraine in the beginning of XXI century .....	177
<b>G.V. Zlagoduh.</b> Forms of cultural and recreational activity of «Suputnyk» Central committee of LKSMU with foreign tourists (70 <sup>th</sup> XX of century) .....	182
<b>L.N. Ustyenko.</b> Religious tourism as historical and social phenomenon .....	187

<b>G.G. Vyshnevska.</b> Potential of cultural and cognitive tourism in the preservation of cultural heritage of Ukraine .....	192
---	-----

**Chapter III. CULTURE AND SOCIETY.**

**CULTURE OF PROFESSIONAL FIELDS OF ACTIVITY**

<b>O.U. Buchkovska.</b> Intercultural dialogue in the context of intercultural communication ....	197
<b>V.V. Luchanska.</b> Informative determinants of ecology in culture .....	201
<b>M.V. Hudoliy.</b> Cultural policy of Ukraine: problems and prospects of development in sphere of culture .....	209
<b>K.S. Paliy.</b> The authenticity of Ukrainian culture in the conditions of globalization .....	214
<b>L.L. Kozynko.</b> Theoretical aspects of the Ukrainian folk dance anthropological analysis ...	218
<b>N.O. Kopylova.</b> The idea of androgyny and gender aspects of contemporary culture (Ukrainian context) .....	223
<b>N.G. Syrovatko.</b> Alternative young people subcultures in Ukraine: classification description and factor conditionality .....	229
<b>A.M. Tadya.</b> Student club as a collective form of organization of cultural-recreational activities .....	234
<b>Y.O. Moskvichova.</b> Thematic tendencies and methodology of the contemporary researches of the Ukrainian regional culture .....	239
<b>S.V. Vytkaiov.</b> Field of regional culture: theoretical and applied issues .....	244
<b>J.S. Khrystyuk.</b> Integrative essence of child's and public environment as elements of project culture .....	249
<b>D.K. Avramenko.</b> Specificity insight of external advertising in the context of artistic image as a part of culture .....	253
<b>K.D. Lebedyeva.</b> Design of political advertising: the modern state and tendencies .....	256
<b>M.P. Yefimova.</b> The interactive children's book in Ukraine: formation and prospects .....	259
<b>O.M. Goncharova.</b> Some features of excursion lecture in artistic museums .....	263
<b>K.V. Chorna.</b> Infoteyment and regularities of genre-creative processes in Ukraine .....	267
<b>N.V. Skluarenko.</b> System ideas in a design: historical digression .....	272

**Chapter IV. NOTICES, INFORMATION, REVIEWS**

<b>N.V. Kukuruza.</b> Genre of literary composition in valued-aesthetic measuring .....	277
<b>L.P. Ignatova.</b> «Frescos in Zaleski» as the reception of salon culture .....	281
<b>U.P. Drabchuk.</b> A mass song in the context of works of the	

Ukrainian composers and performers .....	286
<b>Y.V. Strutinska.</b> An interior of a kitchen in urban housing .....	292
<b>R.Y. Kalyn.</b> The Ukrainian singer Galyna Chornoba in a world art space .....	297
<b>T.M. Zinenko.</b> A culturological model of symposiums of artistic ceramics in Ukraine as the phenomena of modern culture .....	301
<b>V.G. Vytalov.</b> New attempt of reconstruction of regional cultural and art development of country .....	306

Наукове видання

# **УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА: МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, ШЛЯХИ РОЗВИТКУ**

**Збірник наукових праць**

*Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*

**Випуск 19  
В 2-х т. Том 2**

Упорядкування та наукове редагування **Володимира Виткалова** (0678032398)

Комп'ютерний макет та верстка – **Л.Федорук**

Підписано до друку 29.11.2013 р. Замовлення № 151/1.  
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Ум. друк. арк. 22,5. Наклад 100.

**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  
**Адреса редакції:** 33000, м.Рівне, вул. С.Бандери, 12,  
Рівненський державний гуманітарний університет  
Кафедра культурології. Тел. (0362) 63-42-62

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
КВ № 15560-4032 Р. Зареєстровано Міністерством юстиції України,  
наказ № 1489/5 від 18.08.2009 р.*

*Збірник зареєстрований Президією ВАК України як фахове видання з проблем культурології  
(постанова № 1-05/5 від 18.11.2009 р.) та мистецтвознавства  
(постанова № 1-05/4 від 14.10.2009 р.)*

**Українська культура : минуле, сучасне шляхи розвитку :** зб. наук. пр. : наук. зап. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту. – Вип. 19. Т. 2 / упоряд. В. Г. Виткалов ; редкол.: А. Г. Баканурський, В. Г. Горпенко, С. В. Виткалов та ін. ; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. – Рівне : РДГУ, 2013. – 318 с.

*У збірнику вміщено статті науковців вищих навчальних закладів, присвячені розгляду історико-мистецької проблематики переважно західноукраїнських теренів. Певна частина матеріалу висвітлює різнобічні грані теоретико-методологічних проблем українського мистецтва. Окремий розділ складають повідомлення та рецензії.*

*Для науковців, студентів, аспірантів та усіх тих, хто цікавиться вітчизняною історико-мистецькою спадщиною.*

ISBN 978-966-8424-76-2

ББК 63.3(4Укр)-7  
УДК 94(477)

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2013