

МАТЕРІАЛИ
III Міжнародної
наукової електронної
конференції

**"Культура в процесі духовно-
морального розвитку
глобального суспільства"**

2020

21 лютого 2020 року

**Министерство образования и науки Украины
Министерство культуры Украины
Донбасский государственный педагогический университет,
Кафедра украинского языка и литературы
Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко,
Учебно-научный институт бизнеса и менеджмента
Кафедра культурных универсалий**

МАТЕРИАЛЫ

**III Международной научной
электронной конференции
«Культура в процессе духовно-
нравственного развития
глобального общества»**

Харьков, 21 февраля 2020 года

**The Ministry of education and science of Ukraine
The Ministry of culture of Ukraine
Donbass state pedagogical University,
The Department of Ukrainian language and literature
Peter Vasylenko Kharkiv national technical University of
agriculture
Institute of business and management
The Department of cultural universals**

MATERIALS

**of the III international scientific
e-conference**

**«Culture in the process of
spiritually-moral development of
the global society»**

Kharkiv, February 21, 2020

Матеріали III Міжнародної наукової електронної конференції «Культура в процесі духовно-морального розвитку глобального суспільства». 21 лютого 2020, Харків, Україна. ХНТУСГ.

Материалы III Международной научной электронной конференции «Культура в процессе духовно-морального развития глобального общества» 21 февраля 2020, Харьков, Украина. ХНТУСГ.

Materials of the III international scientific e-conference «Culture in the process of spiritually-moral development of the global society», February 21, 2020, Kharkov, Ukraine. KhNTUA.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Навчально-науковий інститут бізнесу та менеджменту, кафедра культурних універсалій

*вул. Алчевських, 44, ауд. 205
e-mail: kafederoculturo@ukr.net*

*Культуротворчі процеси сучасності***Ільганаєва В.О.**[Культура глобального світу: моменти єднання](#)6**Шемаєва Г.В., Шемаєв О. О.**[Медіатизація культурної дипломатії](#).....12**Brahina T. M., Brahina Yu. A.**[Some reflections on the nature of “empirical universals”
in C. Geertz’ interpretive anthropology](#).....18**Сухих Л.О., Фірсова Л.В.**[Проблеми інформаційної адаптації та філософія штучного
інтелекту](#).....25**Древаль Ю. Д., Лінецький Л. М.**[Цінності як компонент політичної культури](#)32**Москальова Н.П.**[Історико-культурна спадщина ХНТУСГ: проблеми
збереження та дослідження](#).....38**Кухаренко А.Л.**[Туризм як спосіб артизації та гармонізації взаємовідносин](#).....47*Media-діяльність: галузеві студії***Грабар Н.Г.**[Мас-медіа в туризмі](#)56**Петер А., Шемаєв С. О.**[Музейна діяльність як вектор розвитку туристичної галузі](#).....60

Попова В.С.

Електронна книжкова торгівля як комунікаційний канал книгозабезпечення обласних універсальних наукових бібліотек.....66

Освітнянські студії в культурі

Шабанова Т. Д.

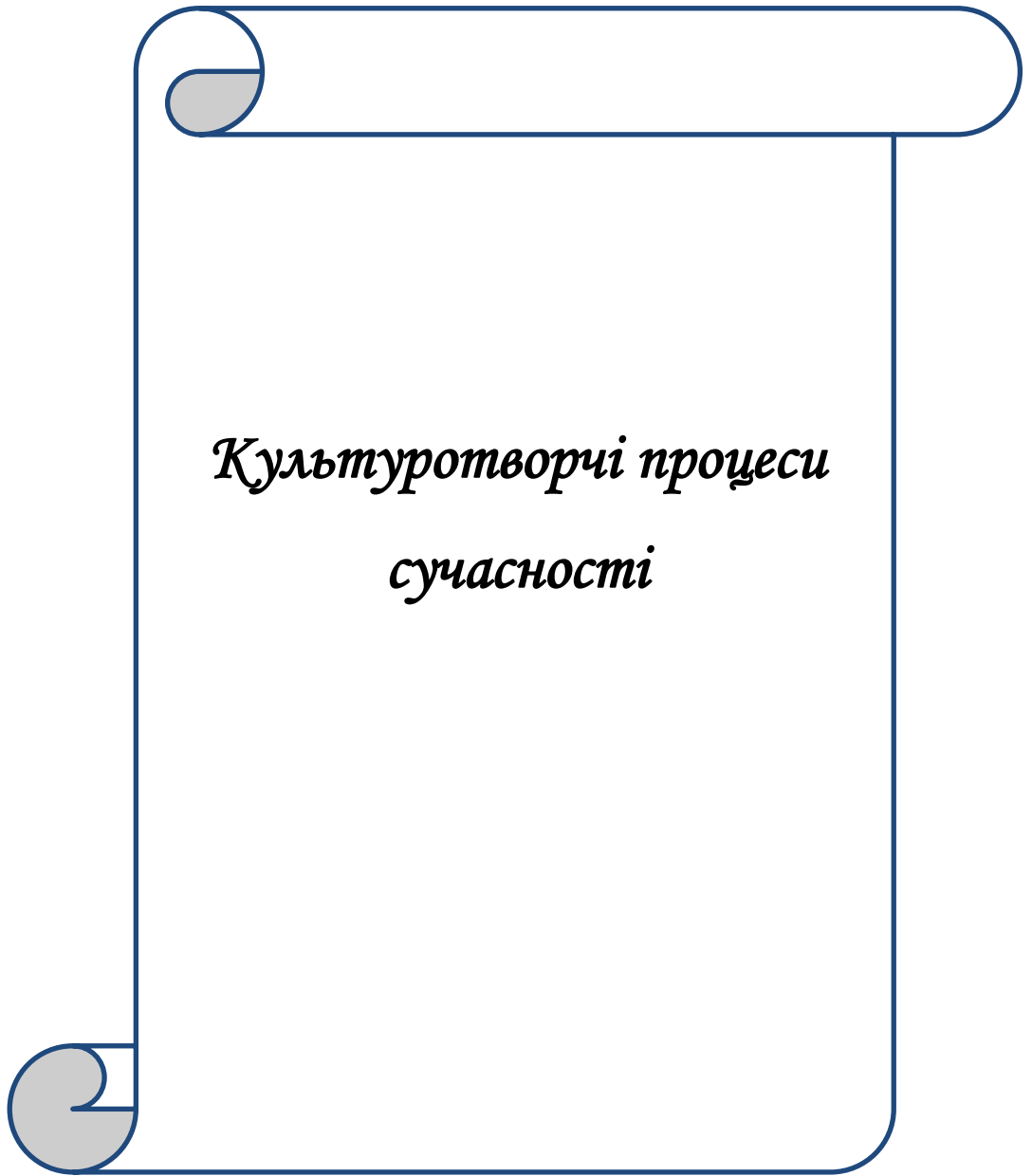
Методы целенаправленной активизации мотивации студентов профессионально-художественными средствами в классе концертмейстерского мастерства.....74

Шевцова Ю.О., Гао Фей,

Провідні зарубіжні журнали культурологічного профілю в процесі оптимізації професійно-комунікаційного середовища.....81

Зан А.В.

Теорія і практика результативного спілкування серед майбутніх працівників закладів культури України.....87

A decorative border resembling a rolled-up scroll, with a blue outline and grey shaded areas at the top-left, top-right, and bottom-left corners.

Культуротворчі процеси сучасності

Культура глобального світу: моменти єднання.

Утверджуються ознаки формування нового пост-цивілізаційного етапу розвитку культури. Основними моментами її становлення вважаються якісні зміни у сфері соціальної взаємодії та інтеграція науки і освіти на основі включення до розгляду універсальних законів буття.

Ключові слова: культура, пост-цивілізація, соціальна взаємодія, суспільна єдність, якість суспільних зв'язків, рівноважний розвиток.

Утверждается признаки формирования нового пост-цивилизационного этапа развития культуры. Основными моментами ее становления считаются качественные изменения в сфере социального взаимодействия и интеграция науки и образования на основе включения к рассмотрению универсальных законов бытия.

Ключевые слова: культура, пост-цивилизация, социальное взаимодействие, общественная единство, качество общественных связей, равновесное развитие.

The work confirms the signs of formation of a new post-civilizational stage of culture development. The main moments of its formation are considered as changes in the sphere of social interaction and integration of science and education based on the inclusion of universal laws of existence.

Key words: *culture, post-civilization, social interaction, social unity, quality of public relations, balanced development.*

У ХХІ столітті культура вже не може розвиватися без усвідомлення людством інтегральності буття через єднання змісту і відчуття в пізнанні, комунікації та діяльності. Культура нового життєвого світу людства визначає процес становлення нового со-буття людини з іншими, що розпочалося давно, але лише тепер набуває значення моменту вибору вектору свого розвитку. Останні події в суспільстві повністю доказують, що деякі діалоги, полілоги та дотримання толерантності в єдиному просторі культури вже не ведуть до якісних змін у житті людства. Формування оптимальних «стратегій взаєморозуміння» можуть відбуватися лише на рівні суспільної взаємодії, що є вищим за рівень на якому відбувається спілкування. Ми спостерігаємо утримання позицій учасниками «соціального партнерства» та збереження ними наміру досягнення своїх цілей, а в більшості випадків відчувається неприховане небажання почути іншого/інших. Об'єднати людей може лише щось більше, значне, важливе настільки, що кожен має зробити поступки один перед одним. До уваги беруться звичні схеми, що завжди ведуть до розмежування думок, оцінок, економічних санкцій або пошуку винних у ситуаціях життя суспільства, а поза увагою політиків, ЗМІ та науковців завжди лишається шляхи єднання над всіма розбіжностями.

Всі звичні життєві світи у просторі сучасної культури, що були сформовані протягом історичного часу внаслідок місця народження, етнічної приналежності, освіти та стилей мислення у пізнанні, мови та менталітету, традицій та релігій, соціальних статусів тощо втрачають в новій культурній ситуації своє генералізаційне культуроутворююче значення. Ні, це не підтримка процесів, що ведуть до уніфікації соціокультурних параметрів життя та образу людини, а лише намагання звернути увагу спільноти на принцип єдності людського роду у рейтингу нових цінностей сучасної культури. Локальна єдність в наш час це вже не є і не може бути запорукою безболісного, рівноважного стабільного, захищеного існування людини, бо попре все, життєвий світ став єдиним. Він став інтегральним. Він замкнувся у колі штучних світів створених цивілізацією. Тепер цей світ, що міцно пов'язаний з Природою, вже не може утримуватися лише в намірі її постійного використання та руйнування. Продукування, розповсюдження та використання конструктів, що описують інтегральний світ людини, її свідомості як відображення нового стану культури стає умовою використання нових схем колективної поведінки людей та переходу до нового стану культури, що долає обмеженість, одиничних світів.

Так відбувається становлення нової пост-цивілізаційної культури, що до тепер визначалося динамічним науково-технічним прогресом, інтелектуальними і комунікаційними революціями,

суб'єктивізмом історичного часу, плюралістичністю світоглядних маніфестацій XX ст.. Людська цивілізація на планеті вийшла на рівень системної організації, функціонування якої свідчить про глибоку кризу, а подальший розвиток залежить від перетинання границь, що побудовані розумом без гармонії з почуттям. В таких умовах одним із важливіших чинників становлення нової культури є сфера соціальної взаємодії, що включає в себе встановлення нових зв'язків та відносин між людьми.

Медіапростір дійсності суспільного життя є особливою реальністю, в якій відбувається інтеграція всіх форм суспільної взаємодії, що розкривалися в різні історико-культурні епохи життя суспільства і визначали цілі реалізації потреб досягнення середовищного комфорту. Медіа набули властивість регулятора подальшого становлення й розвитку культури як сукупність засобів соціальної взаємодії, що опосередковує всі інші сфери життєвого простору людей, у всьому різноманітті її частин. Це культура, яка є закономірним результатом всього попереднього егоцентричного шляху розвитку людства, якому були притаманні роз'єднання, подрібнення, дифузія або диференціація, відторгнення думок інших.

У цьому ж контексті актуальним стає питання комунікаційної асиметрії, що виникає у інформаційному обміні комунікаторів. Асиметрія в медіапросторі виникає із різниці потенціалів правильних зв'язків, зокрема по горизонталі і по

вертикалі суспільного устрою. Медіа мережі утворили замкнуте коло зв'язків, вхід і вихід до яких керуються цифровими нормами, а рівновага системи вище її лінійних горизонтальних з'єднань. При досягненні певних узгоджень на одному рівні з'єднання, підйом у витку на новий рівень наступного кола (на новий рівень наших стосунків) залежить від рівності потенціалів «-» і «+» у сприйнятті іншого (у сприйнятті комунікаторами один одного).

Весь історичний процес проходить різні стани: підйоми і падіння, прогрес і кризи, матеріальних акцентуацій та ідеальні, переваги виробництва або культури, виробництва товарів і споживання, освіти і нестачі потрібних фахівців. Всі ці гойдалки набувають різних форм, нових рис, характеризуються кількісними параметрами, а врівноважуються лише якісними змінами у взаємодії між людьми. Це відбувається з нами саме в цей історичний момент. Вся створена конструкція суспільства, як це було і раніше у критичні періоди соціальних трансформацій, вимагає зміни насамперед якості людських зв'язків і відносин, тому що їх загальний потенціал накопичив негативний заряд. Все це нагадує класичну революційну ситуацію, яка має відношення вже до народження нового духовного світу, проти якого так чинить опір вся матеріальна частина забезпечення суспільства. А також неусвідомлений опір більшості людства, що перебуває у владі своїх споживчих бажань. Тому завдання подальшої трансформації системи соціальної взаємодії переноситься в сферу

трансльованих смислів та наміру їх розповсюдження в медіапросторі суспільного життя.

Моментом обрання нових стратегій розвитку культури стає сфера пізнання, сфера науки і освіти. Єднання науки і освіти відбувається на засадах формування інтеграційних уявлень про біосоціальну сутність людини, обґрунтування єдності соціогенезу, культурогенезу та антропогенезу в уявленнях філософії та гуманітарних наук (інформатики, соціології, психології, лінгвістики, культурології, історії та ін.). Виникли, але ще не отримали широкого розповсюдження теоретичні конструкції про близькість розуміння процесів розвитку людини і мови, сприйняття і відчуття, «Я» і світу, нової міфології, цілісності і частковості. Подолання опозиційності пізнавального процесу і зближення методології пізнання у світовій науці, мистецтві, освіті, суспільному житті уможлиблює «нову концептуалізацію» суспільного життя до нової концептуалізації єдиної картини світобудови. Дійсність і реальність в людському сприйнятті, вихід в простір чуттєвого збігу властивостей сполучених об'єктів визначає потенціал саморозвитку суспільства і культури як його цілісного стану.

Таким чином, передбачення нових парадигмальних зрушень в науці і народження нової культури в єдності буття як послідовного універсального зв'язку є фундаментальною підставою зближення природничих, технічних і гуманітарних наук,

які поступово відкривають дію універсальних законів Універсуму, зокрема у механізмі колективної свідомості. Інтелектуальна еволюція попереднього періоду в процесі розвитку людської цивілізації замінюється духовною еволюцією культури як стану виникнення нової цілісності людської цивілізації. Системна криза суспільства є ознакою досягнення граничності розгортання людської історії в її матеріально-речовому втіленні. Утвердження всередині наукової спільноти однієї наукової картини світу забезпечить єдиний контекст розуміння всіх процесів становлення Культури єдиного Людства.

Шемаєв О. О.

кандидат історичних наук,
начальник юридичного відділу
«Науково-інформаційний центр»,
м. Харків

Шемаєва Г. В.

доктор наук із соціальних
комунікацій, професор, Харківська
державна академія культури, м.
Харків

МЕДІАТИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Визначається розширення процесу культурної дипломатії в нових умовах глобалізації; обґрунтовується використання соціальних мереж, платформи Global Ukraine як інноваційного інструменту розвитку дипломатії; пропонуються потенціальні ролі музеїв і бібліотек у просуванні позитивного іміджу країни.

Ключові слова: *Культурна дипломатія, цифрова дипломатія, соціальні мережі, недержавні інституції, музей, бібліотека.*

Определяется расширение процесса культурной дипломатии в новых условиях глобализации; обосновывается использование социальных сетей, платформы Global Ukraine как инновационного инструмента развития дипломатии; предлагаются потенциальные роли музеев и библиотек в продвижении позитивного имиджа страны.

Ключевые слова: культурная дипломатия, цифровая дипломатия, социальные сети, негосударственные учреждения, музей, библиотека.

The expansion of the process of cultural diplomacy in the new conditions of globalization is determined; substantiates the use of social networks, the Global Ukraine platform as an innovative tool for the development of diplomacy; potential roles of museums and libraries in promoting a positive image of the country are suggested.

Keywords: Cultural diplomacy, digital diplomacy, social networks, non-governmental institutions, museum, library.

На сучасному етапі розвитку дипломатичних відносин зростає увага до культурної дипломатії як інструменту досягнення цілей зовнішньої політики держави через культуру. Культурна дипломатія спрямовується на організацію різних культурних заходів в інших країнах для просування своєї культури з метою посилення міжкультурного діалогу та укріплення взаєморозуміння між різними державами.

Глобалізація, розвиток сучасних комунікаційних технологій здійснили вплив на традиційні підходи до культурної дипломатії та зумовили формування транснаціональних зв'язків на основі використання сучасних медіа. Соціальні мережі стають інноваційним інструментом розвитку дипломатії. Українські

дослідники та зарубіжні вчені підкреслюють, що соціальні мережі та інші медіа-технології надають безліч можливостей для просування культурних досягнень через цифрові дипломатичні канали, сприяють міжкультурним обмінам, дозволяють впливати на широке коло учасників мережевого простору [4, 7].

В епоху соціальних мереж відбувається розвиток цифрової культурної дипломатії у напрямі поширення через сучасні медіа видавничих проєктів, культурних програм обміну, встановлення взаєморозуміння між державами шляхом організації мистецьких фестивалів, концертів, гастролей; інформування про практику стипендій і грантів в соціокультурній сфері; формування позитивного іміджу та репутації країни на міждержавному рівні. Нові медіа пропонують доступні платформи для інтерактивного міжкультурного діалогу, дозволяють розширювати знання про культурні продукти; використовувати свій культурний потенціал на світовій арені.

Дослідники пов'язують стратегії культурної дипломатії з такими типами соціальної комунікації як: презентація, маніпуляція та конвенція та виділяють лінгвістичний й технологічний підхід [2]. В межах першого акцентується увага на дипломатичному діалозі та полілозі. Другий, який ґрунтується на комунікативних технологіях, обґрунтовується як сучасний напрям розширення інформаційної присутності, просування культури засобами іміджмейкінгу, реклами [2, 7].

Важливе значення в культурній дипломатії належить комплексу спільних дій державного, приватного й суспільного секторів [6]. Роль дипломатів і чиновників тісно переплітається з недержавними, громадськими та іншими соціокультурними установами. Одне з провідних місць недержавних організацій в культурній дипломатії визначається тим, що така модель взаємодії із суспільством іншої країни є ефективнішою [5]. Серед таких інституцій можна назвати: Гете інститут, головною метою якого є налагодження тісних культурних контактів з країною перебування через організацію мовних курсів; Український інститут в Швеції, діяльність якого спрямована на ознайомлення шведської спільноти з українською мовою, кінематографом та мистецтвом.

В умовах цифрового простору діяльність різних інституцій культурної дипломатії доповнюється представленням у соціальних мережах. Вони все активніше використовують технології Web 2.0 для просування своїх культурних ініціатив, зокрема: блогосферу, Facebook, Twitter, YouTube [7]. Також слід звернути увагу на платформу Global Ukraine, створену для об'єднання українців з усього світу з метою просування та лобіювання українських інтересів у новому глобальному світі, розвитку співробітництва, сприяння реалізації соціальних проєктів. Цей проєкт привертає велику увагу іноземних громадян до культурних ініціатив, літературних та театральних подій, кіно і радіо, що забезпечує більш широку комунікацію з населенням за кордоном. Це створює

підґрунтя для зміни парадигми культурної дипломатії, яка виходить на інший рівень.

Разом з тим, важливо зауважити, що глобалізація та інтернетизація зумовлюють й проблеми спотворення інформації, уявлень про інші культури. У сучасному медійному просторі існує безліч інструментів для негативного впливу на користувачів, маніпулювання, пробудження культурних фобій, культурного сепаратизму. У протидії таким процесам, на нашу думку, особлива роль належить також музеям та бібліотекам. Ці соціокультурні установи створюють комунікаційний простір для міжкультурного діалогу через поширення своїх ресурсів в мережевому просторі, створення умов для інтерактивної взаємодії з його учасниками. Як зазначає Н. Гринчева [1], зміна моделі музею-храма на модель музей-форум на основі збільшення привабливості через використання сучасних медіа передбачає нове розуміння місця музею в культурній дипломатії. На її думку, музей може виконувати роль дипломатичного посередника, а культурна дипломатія – набуває нового змісту. Українська дослідниця О. Сенченко звертає увагу на «м'яку силу» книги як духовного, мистецького, інтелектуального продукту та доводить її значення у протидії деструктивним тенденціям у сучасному світі [3]. У зв'язку з тим, що бібліотеки активно представляють свої продукти та послуги в мережевому просторі, організують доступ до інформації та знань, які є достовірними, розширюють бібліотечний сервіс та

підвищують його ефективності, вони сприяють зниженню негативних проявів у цифровому просторі. Тобто, бібліотеки мають великий потенціал й для формування позитивного іміджу країни за кордоном.

Таким чином, медіатизація культурної дипломатії сприяє залученню ширшого кола структур до лобювання українських інтересів у новому глобальному світі, дозволяє на більш системній основі забезпечувати комунікацію з населенням різних країн через одночасне включення декількох напрямів.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Гринчева Н.** Культурная дипломатия 2.0: перспективы использования в музейной практике. *Вопросы музеологии*. 2013. № 1 (7). <http://cyberleninka.ru>
2. **Журавлева Н. Н.** Коммуникативные стратегии в сфере «культурной дипломатии»: современные дискуссии. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2007. № 2, 160–166.
3. **Сенченко О.** Актуальні аспекти книги як атрибута «м'якої сили» у глобальному історичному просторі / Оксана Сенченко // *Вісник Книжкової палати*. 2018. № 2, 17–25.
4. **Середа К. В., Габро І. В.** Соціальні мережі як ефективний інструмент здійснення цифрової дипломатії. *Молодий вчений*. 2018. № 4, 604-607.
5. **Шемаєва Г. В.** Місце культурної дипломатії в міжнародних відносинах. *Вісник ХДАК*. 2018. Вип. 52, 71-79.
6. **Ang G., Isar V. R., Mar Ph.** Cultural diplomacy: beyond the national interest? *International Journal of Cultural Policy*. 2015. V. 21, 365-381.
7. **Seib P.** Real time diplomacy: Politics and power in the social media era. 2012. 199 p.

Brahin Yu. A.

Senior Lecturer of Kharkiv Petro Vasilenko National Technical University of Agriculture, Department of Cultural Universals, Candidate of Culturology

Brahina T. M.

Associate Professor of Kharkiv State Academy of Culture, Department of Folk Choreography, Associate Professor, Candidate of Philosophical Sciences

SOME REFLECTIONS ON THE NATURE OF “EMPIRICAL UNIVERSALS” IN C. GEERTZ’ INTERPRETIVE ANTHROPOLOGY

Автори розкривають природу і сутність «емпіричних універсалій». Вони експлікують схему формування понять. Автори роблять висновок, що інтерпретативна антропологія стикається з труднощами при узгодженні індуктивного методу формування понять з логікою значення.

Ключові слова: інтерпретативна антропологія, універсалії, формування концептів, значення, репрезентація.

Авторы раскрывают природу и сущность «эмпирических универсалий». Они эксплицируют схему образования понятий. Авторы делают вывод, что интерпретативная антропология сталкивается с трудностями при согласовании индуктивного метода образования понятий с логикой значения.

Ключевые слова: интерпретативная антропология, универсалии, образование понятий, значение, репрезентация.

Authors expose the nature and essence of “empirical universals”. They explicate the scheme of conceptual formation. Authors arrive to conclusion that interpretive anthropology could hardly bind together inductive method of concept formation and the logic of meaning.

Key words: *interpretive anthropology, universals, conceptual constitution, meaning, representation.*

Theoretical achievements of C. Geertz have been thoroughly studied by numerous English-speaking social scientists (V. Crapanzano, P. Shankman, J. Spencer, etc.). They were explored in post-Soviet countries as well (A. Boscovic, Yu. Dzhulai, V. Kaplun, I. Kasavin, V. Kilkeev, A. Zorin, A. Yelfimov etc.).

Above-mentioned authors maintain that methodological basis of the interpretive anthropology needs further elaboration. For example, V. Kilkeyev admits that “inner logic” of C. Geertz’ methodological deductions remains vague [2, c. 141-142].

Hence, the point we are focused on is the specific character of the conceptual constitution of interpretive anthropology.

The strategy of research for C. Geertz is “to hunt for universals in culture, for empirical uniformities that... could be found everywhere in about the same form, and, second, to an effort to relate such universals... to the established constants of human biology, psychology, and social organization”. To meet validity demands interpretive anthropology must demonstrate “(1) that the universals proposed be substantial ones and not empty categories; (2) that they be specifically grounded in particular biological, psychological, or sociological processes, not just vaguely associated with “underlying realities”; and (3) that they can convincingly be defended as core elements in a definition of humanity in comparison with which the much more

numerous cultural particularities are of clearly secondary importance”. [6, p. 38, 39]. Herewith author spots “a logical conflict between asserting that, say, "religion," "marriage," or "property" are empirical universals and giving them very much in the way of specific content, for to say that they are empirical universals is to say that they have the same content, and to say they have the same content is to fly in the face of the undeniable fact that they do not” [6, p. 39-40].

So, C. Geertz deduces concepts from the relevant aggregates of phenomena. The “logical conflict”, admitted by the author, is derivative of the reverse correlation between the scope and the content of concept. But he does not discern these aspects correctly, since he designates as “content” the filling of concepts applied in case study and the whole potential scope of their application. The author doesn’t take into account that concepts, applied to concrete cases, are constituents of already formed representations, images of the object under consideration. Consequently, the *scope* of concept becomes identical to the *content* of representation. As a result, concepts lose capacity of projecting onto the whole domain of potential data. The fact that the scope of concepts is reduced to the already observed data stays unnoticed. Ergo, C. Geertz discovers “logical conflict” *between the abstract property of concept as such and the facts of its application to the variety of cases*. So, one side of this “conflict” is an abstraction and the reality is the other one.

Author of interpretive anthropology treats universals not as instruments of phenomena classification, but as “core elements”, which exist beside secondary “numerous cultural particularities”. Adjectives “particular” and “universal” are conceptual denominations of facts. They deliver predicates to facts and convey important aspect of cultural reality. But author transforms predicate into subject. Consequently, concepts turn to constituents of cultural reality itself. This is the way in which “empirical universals” are formed. We should notice, that he applies plural form (“universals”) to reduce abstraction to the aggregate of facts cogently. Thus, the concept “empirical universal”, (which, like any other concept, must meet the requirements of “*unum, verum, bonum*”), transforms into the multitude of “universal” collections. Reification of universals transforms into universal reifications. So, the universal / particular entanglement stays unresolved.

Nevertheless, C. Geertz finds concepts in “things themselves”. He endows abstractions with status of things which they were extracted from. We can put it the other way: “empirical universals” transform into the “things of second degree” — they turn into particularities, which must act as “generals”. Author tries to force content to act like a form. C. Geertz admits that ethnographic description is “microscopic”; “anthropologist characteristically approaches broader interpretations and more abstract analyses from the direction of exceedingly extended acquaintances with extremely small matters”. Researcher confronts the same “grand realities” that other social scientists: “Power, Change,

Faith, Oppression, Work, Passion, Authority, Beauty, Violence, Love, Prestige”. These are "big words that make us all afraid", but they “take a homely form in such homely contexts” [6, p. 21].

We insist that size of object does not matter in interpretation of its sense. Large-scale interpretations are not more abstractive. C. Geertz covertly identifies content of representation with abstractness of concept. Herewith he ascribes to concepts (power, change, faith) the quality of “grand realities”. Hence, reification of concepts is supposed. Author delves into extensive dimensions of concepts and forgets the procedure of filling with sense.

C. Geertz reduces the formation of conceptual apparatus to arrangement and interaction of representations. Author conceals the logical kernel of the problem under the layer of “extensive” rhetoric: the study of particular facts aimed on specificity he names “the study of small-scale object”, the study of facts with abstractive intension he names consideration of “the great problems of reality”. He forgets that positive heuristics, which he hopefully takes for basis of scientific validity, is the product of study focused on specificity. Wherein the object of research can’t be “small” or “large”. It must correspond to the aim of case research and be related to the specific nature of the given branch of knowledge. Power, change, faith, etc., are abstract concepts, but not “big problems of reality”. Word combination “big problems of reality” denotes attitude of researcher to phenomena, conveys their significance. Consequently, it has definite content (or, at least, content

limited in certain aspect). But “power, change, faith” are abstract concepts (i.e. unapplied concepts). That is why they have no definite content, but scope — they only suggest potential volume of phenomena under consideration.

Nevertheless C. Geertz tries to reduce the *quality* of abstractness to the *size* of content. He does not take into account that the “size of object” is the property of phenomenon itself, whereas the size of content of representation is not [4, c. 78, 79, 85]. Hence concepts of anthropology, on his opinion, must picture cultural reality “itself”. The author transforms mental act into existent “cultural model”, finds his “real substitute”, reifies it. This is the way he formulates “big problems of reality” — metaphors of the scope of concepts, images of layman’s everyday mentality.

In similar way C. Geertz treats “major methodological problem” of finding the transition “from a collection of ethnographic miniatures... to wall-sized culturescapes of the nation, the epoch, the continent, or the civilization” and of “moving from local truths to general visions” [6, p. 21].

Thus epistemological problem of induction, which is inseparably entangled with the constitution of concepts, is transformed into the problem of summing up of representations. But pushed out of the door methodological problem comes back through the window in the guise of “general vision’s” finding. And again author treats it through extensive constitution of concepts. Despite widely-accepted stance of

H. Rickert, who sees the goal of sciences of culture in the study of “historical individuum”, C. Geertz takes extensive sum of representations for the key to the constitution of concepts. [3, с. 277]. Thus, interpretive anthropology could hardly bind together the inductive method of concept formation and the logic of meaning.

So, from one side, the logic of interpretive anthropology appeals to epistemological and mental tradition invoked by hermeneutically-apprehended concept of meaning deduced from “inner experience” of individual and, from the other side, to empirically oriented inductive logic of positively-molded science which rests upon underpinning of objective “outer” experience. This dualism is the driving force of conceptual construction of the whole interpretive anthropology enterprise.

REFERENCES

1. **Джулай Ю. В.** Клиффорд Гірц: герменевтичний підхід до теорії в культурній антропології. Магістеріум. Нац. ун-т «Києво-Могилян. акад.». Київ. 2001. Вип. 19 : Культурологія. С. 123–128.
2. **Килькеев В. Н.** Клиффорд Гирц о контроверзах постижения культуры и человека. Науч. ведомости БелГУ. Сер. Философия. Социология. Право. Белгород, 2009. Вып. 7, № 2 (57). С. 166–172.
3. **Риккерт Г.** Границы естественнонаучного образования понятий. СПб.: Наука, 1997. 533 с.
4. **Твардовский К.** Логико-философские и психологические исследования. М.: РОССПЭН, 1997. 252 с.

5. **Bošcović A.** Clifford Geertz: Writing and Interpretation. Sociologija. 2002. Vol. 44. P. 44–56.

6. **Geertz C.** The Interpretation of Cultures. Selected Essays. New York: Basic Books, 1973. 478 p.

7. **Kaploun V.** From Geertz to Ryle: the *thick description* concept and institutional analysis of cultures. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2013. 24 p.

8. **Zorin A.** Ideology, Semiotics and Clifford Geertz: Some Russian Reflections / History and Theory. 2001. Vol. 40, Feb. P. 57–73.

Сухих Л.О.

кандидат філософських наук,
доцент кафедри ЮНЕСКО
«філософія людського спілкування»
та соціально-гуманітарних
дисциплін Харківського
національного університету
сільського господарства імені
Петра Василенка

Фірсова Л.В.

кандидат філософських наук,
професор кафедри ЮНЕСКО
«філософія людського спілкування»
та соціально-гуманітарних
дисциплін Харківського
національного університету
сільського господарства імені
Петра Василенка

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АДАПТАЦІЇ ТА ФІЛОСОФІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

У статті аналізується проблема сучасного етапу розвитку штучного інтелекту. Автор показує, що інформаційна картина світу формується за рахунок використання електронних носіїв, можливості яких удосконалюються швидкими темпами. У статті робиться висновок, що інформаційна адаптація сучасної людини в світі розвитку технологій стає проблемою.

Ключові слова: інформаційна адаптація, штучний інтелект, віртуальні помічники, соціальна комунікація.

В статье анализируется проблема современного этапа развития искусственного интеллекта. Автор показывает, что информационная картина мира формируется за счет использования электронных медиа, возможности которых совершенствуются Быстро темпами. В статье делается Вывод, что информационная адаптация современного человека в мире развития технологий становится проблемой.

Ключевые слова: информационная адаптация, искусственный интелект, Виртуальные помощники, социальная коммуникация.

The article analyzes the problem of the current stage of artificial intelligence development. The author shows that the information picture of the world is formed by the use of electronic media, whose capabilities are being improved at a rapid pace. The article concludes that information adaptation of the modern man in the world of technology development becomes a problem.

Keywords: information adaptation, artificial intelligence, virtual assistants, social communication.

Проблема розвитку штучного інтелекту актуалізувалась останнім часом. Процес створення штучного інтелекту - це та реальність, в якій ми вже існуємо, і це те майбутнє, яке реально настає. Природний шлях розвитку технократичного суспільства саме за розвитком штучного інтелекту. В даний час неможливо існувати і працювати в застарілій парадигмі, тобто працювати без використання електронних пристроїв і віртуальних помічників. Розвиток робототехніки відкриває все нові можливості в вдосконалення технологій в суспільстві, які, в свою чергу, є

показником розвитку будь-якої держави, рівня розвитку його технічного прогресу.

Необхідність впливу на людину, на його думку, його смаки і переваги, його цінності і на його ідеологічну позицію все більш стає актуальним завданням у сучасному суспільстві. Контроль над увагою індивіда здійснюється за допомогою поширення певної інформації, часто відібраної, через привабливі сюжети. В інформаційному середовищі відбувається гонка за людською увагою за допомогою нових технологій - через електронні пристрої, за допомогою соціальних мереж.

Електронні носії дають інформаційну картину світу і роблять її доступною для людини в будь-якій точці світу, що в цілому прогресивно. Але виникають нові проблеми у зв'язку з розвитком електроніки і штучного інтелекту. Так, змінюється саме мислення людини, його спосіб прийняття та осмислення інформації. З'явилося нове явище - «кліпове мислення» - мислення людини, яке базується на переглядах відеороликів. Сучасна звичайна молода людина все більше бачить світ через візуальний ряд і, як наслідок, вона перестає читати, вона все більше задовольняється переглядами кліпів, роликів, картинок, які легше сприймаються, ніж читання. Але, без читання книг, людина стає безграмотною, вона не читає і не пише, вона дивиться або слухає. За цим стоять технології, які дозволяють маніпулювати людською свідомістю.

Сьогодні інформація є найціннішим активом в світі, так як за допомогою її можна заволодіти людськими умами. В історії розвитку людського суспільства тривалий час земля і природні ресурси були найціннішим активом, гостра боротьба велася за землі. У 19 столітті найціннішим активом стала техніка, в сучасному світі саме інформація набула таку силу. Володіння інформаційними потоками окремими людьми дає можливість регулювати бажання людей, а, отже, управляти їх мисленням і діями. Інформація про людину потрібна бізнесу, політиці, телеіндустрії. Дані про переваги тієї чи іншої людини збираються і, відповідно до отриманих відомостей, вибудовується образ користувача, майбутнього замовника. Потім вибудовуються необхідні акценти для обробки свідомості людини. Дані про конкретного користувача продаються бізнес корпораціям. Це потрібно політичним партіям, для їх впливу на вибір громадянами тієї чи іншої політичної лінії, виникає потреба знати інтереси і можливі, переваги громадян. Інформація про людину дуже важлива, в тому числі і для телеіндустрії. Таким чином, саме інформація стає особливою цінністю в сучасному світі, вона виступає символом нових досягнень суспільства. Шляхом одержання інформації про людину стають гаджети, тобто електронні носії інформації.

Природа людини така, що особистість, як біологічна істота, завжди прагне до отримання задоволення і набуття щастя.

Біологічний організм з необхідністю виробляє гормон щастя - ендорфін. Для самореалізації людині необхідно вписатися в соціум, стати соціально затребуваним, що, стає можливим тільки при отриманні відповідних даних від навколишнього соціуму. Але, люди за своєю природою, також і соціопати, тобто прагнуть захиститися від світу соціальності, де існує сила, що змінює індивіда. Особливо, це має місце в сучасному світі, де загальний темп розвитку суспільства збільшується, обсяг інформаційних даних зростає, і, відповідно до цього, необхідність психологічної адаптації людини до життя змінюється. До того ж, за своєю природою людина «візуал» і «аудіофіла», тобто сприйняття навколишньої дійсності здійснюється швидше і яскравіше через зорове і слухове сприйняття, тобто через деяку картинку, і менш швидко, ніж через читання і уявний аналіз. Сучасні технічні пристрої (гаджети) їх розробка і впровадження дозволяють вирішувати проблему індивідуального отримання інформації людиною і соціальної адаптації. Розробники віртуальних носіїв інформації наділяють їх функцією помічника в контактах з соціумом.

Одна з сучасних проблем соціальної комунікації полягає в тому, що отримання людиною нової інформації в світі здійснюється в значній мірі через електронні пристрої. Велику частину часу люди проводять у смартфонах, телефонах, перед екранами електронних пристроїв. Ця тенденція зрозуміла також і

тим, що проблемою століття стає самотність людини. Спілкування в колективі, сім'ї викликає часом негативні емоції. Людина спілкується через смартфон, через електронний пристрій. При цьому, технічні можливості вдосконалення електронних носіїв, в силу розвитку нових технологій, швидко зростають.

Швидкість «навчання» технічного пристрою величезна, 14 мільярдів запитів в день може обробити віртуальний помічник. Віртуальний помічник смартфона озвучується голосом людини і тому втрачається сприйняття такого пристрою як машини, робота, воно стає як би живою людиною, що розмовляє по телефону.

Розробниками віртуальних пристроїв враховується психологія людської поведінки при контакті з інженерними системами, яка має деякі особливості. У багатьох випадках, при сучасних технічних можливостях людина при тестуванні не може розрізнити робота і людини. Голосовий помічник ніби оживає, стає реальною істотою. Голосовий помічник вже на 100% правильно розшифровує питання і на 90% дає правильну відповідь. Віртуальні помічники «живуть» в електронних пристроях (в комп'ютерах, в телефонах, в смартфонах). Історія їх виникнення тягнеться ще від 1962 року, коли кампанією IBM була винайдена машина, яка розуміла людську мову (16 слів). Великий прорив в їх винахід був в 90-і роки минулого століття, коли з'явилася «Скрепка» від компанії Майкрософт, «Ширра» від Apple 2011, "Аліса» від Яндекс (2017). Помічники можуть: підказати котра

година, яка погода, включити кіно, поставити музику за настроєм замовника, знайти рецепт в інтернеті і т.д. Ставити дурні питання стає нашою забавою, але система самонавчається і поступово віртуальний помічник стає гострою необхідністю для нас, необхідністю для роботи і життя. Робот знає твої звички, уподобання, чим ти будеш займатися у вільний час і т.д. Створюється враження, що робот знає людину краще, ніж навколишні люди. Помічник може по телефону подзвонити, поговорити і замовити стілик в ресторані, замовити їжу, замовити одяг у магазині, те, що подобається. Людині стає легше спілкуватися з машиною, ніж з іншою людиною.

Ринок розвитку віртуальних помічників вимірюється мільярдами. Всі провідні корпорації кинулися у дослідження і вдосконалення технологій з розвитку робототехніки на основі штучного інтелекту.

Таким чином, перед людиною виросла нова проблема створення і використання штучного інтелекту і інформаційної адаптації людини в нових умовах розвитку технічного прогресу.

Древаль Ю. Д.,

доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри охорони праці та техногенно-екологічної безпеки Національного університету цивільного захисту України.

(м. Харків, Україна)

Лінецький Л. М.,

кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського Національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка (ХНТУСГ)

(м. Харків, Україна)

ЦІННОСТІ ЯК КОМПОНЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

В статті висвітлюється питання щодо впливу на повсякденне життя людини політичних цінностей, які на рівні з феноменами політичної культури та ідеології складають стрижень не інституціональних компонентів політики. Доведено та обґрунтовано положення, згідно з яким політичні цінності ґрунтуються на тому, що специфічний вид політичної поведінки є найбільш прийнятним для окремої людини та соціуму в цілому, якщо його порівнювати з іншими варіантами.

Ключові слова: політичні цінності, ідеологія, політична культура, соціальний прогрес, релятивний вимір

В статье освещается вопрос о влиянии на повседневную жизнь человека политических ценностей, которые наравне с феноменами политической культуры и идеологии составляют стержень не институциональных компонентов политики. Доказано и обосновано положение, согласно которому политические ценности основываются на том, что специфический вид политического поведения является наиболее

приемлемым для отдельного человека и социума в целом, если его сравнивать с другими вариантами.

Ключевые слова: *политические ценности, идеология, политическая культура, социальный прогресс, релятивное измерение*

The article deals with the issue of influencing of political values on the daily life of a person, which at the level with the phenomena of political culture and ideology constitutes the core of non-institutional components of politics. Provisions have been proved and argued that political values are based on the fact that a specific type of political behavior is most appropriate for the individual and society as a whole when compared it with other options.

Keywords: *political values, ideology, political culture, social progress, relational dimension*

Цінності нарівні з нормами є одними з найбільш важливих компонентів культури. У фаховій літературі існують різноманітні підходи до тлумачення цінностей. У якості ж вихідного тлумачення можна погодитися з тими науковцями, які при цьому відштовхуються від ключового слова «значущість». Відтак у загальному розумінні цінності – це те, що людина особливо цінує у житті, і на основі чого формує власну життєву та світоглядну позицію. Формування ж ціннісних орієнтирів та системи цінностей відбувається на основі суспільного буття людини, власне суспільної практики.

І в цьому сенсі важливо зосередитися на аналізі питання щодо впливу на повсякденне життя людини політичних цінностей, які нарівні з феноменами політичної культури та ідеології

складають стрижень неінституціональних компонентів політики.

У середовищі дослідників немає однастайності щодо суті та співвідношення таких компонентів. Політичні цінності, зокрема, розглядаються і в якості орієнтаційної основи для політичної культури (див., напр., тлумачення Д. Дівайна, Р. Інглехарта, М. Рокича та А. Шютца), і в якості її підтексту (див., напр., тлумачення Л. Карсавіна, С. Каннінгена та О. Проскуріної). За нашою ж оцінкою, методологічно вивіреном видається сформульоване М. Портером положення, згідно з яким «установки, цінності та переконання, що нерідко об'єднуються поняттям «культура», відіграють безсумнівну роль в соціальному прогресі» [1, с. 65].

Комплексний аналіз політичних цінностей ускладнюється багатьма іншими обставинами, зокрема гіперболізацією якихось окремих засобів пізнання (наприклад, інституціонального підходу та позитивізму). У тлумаченні Ф. Бенетона, наприклад, апологетам таких підходів, окрім іншого, властивий такий недолік: «Ціннісні судження, які претендують на осмислення якості (зокрема, якості моральної чи естетичної), виражають лише суб'єктивні погляди їхніх авторів, вони нерациональні та ненаукові» [2, с. 96].

Слід також враховувати, що неінституціональні компоненти політики вдосконалюються доволі повільно, й цей поступ лише опосередковано залежить від суб'єктів політичного процесу та норм писаного права. Цінності як своєрідна вісь індивідуальної та

суспільної свідомості змінюються з певним часовим лагом щодо перетворень у соціально-економічній сфері, відображаючи у своїй основі зміну смислу всього соціокультурного комплексу. А це, у свою чергу, створює підстави для хибних висновків щодо незначущості чи «другорядності» ціннісної, ідеологічної та культурної складової здійснення державного владарювання.

Політичні цінності (як стійкі переконання та позитивні орієнтації людей щодо різних сторін політичного буття, а також відповідна настроєність на певні дії) ґрунтуються на тому, що специфічний вид політичної поведінки є найбільш прийнятним для окремої людини та соціуму в цілому, якщо його порівнювати з іншими «поведінковими» варіантами. Різні підходи до розуміння природи політичних цінностей (утилітаристський, політико-ідеологічний та соціально-психологічний) у своїй сукупності так чи інакше виходять на глибинні чи «підвальні» основи політичного процесу. Причому, згідно з напрацюваннями Р. Інґлехарта та М. Рокича, вони охоплюють як мету (термінальні цінності, «цінності-цілі»), так і засоби її досягнення (інструментальні цінності, «цінності-засоби») [3, р. 47]. Цілком прийнятним є і поділ таких цінностей на універсальні (транскультурні) та релятивні (такі, що мають історичний та соціокультурний контекст).

Слід відзначити і важливість цінностей та ціннісного потенціалу для тих суспільств, які лише сприймають традиції демократичного врядування. І в цьому сенсі слід звернути

додаткову увагу на тлумачення терміну «демократичні цінності». У тлумаченні авторів колективного рукопису «Основи демократії», демократичні цінності, – «це те, заради чого демократію варто захищати, це уособлення її значущості і життєдайності, її привабливості для мільйонів людей, те, завдяки чому демократія здобуває нових прихильників у всьому світі» [4, с. 39]. Сукупністю демократичних цінностей, згідно з визначенням А. Сена, є: «по-перше, самодостатня важливість участі в політичному житті і свобод в житті людини; по-друге, допоміжна цінність політичних стимулів, які спонукають уряд до відповідальності та підзвітності; по-третє, конструктивна роль демократії у формуванні цінностей і розумінні потреб, прав і обов'язків» [5, с. 128].

Проте в інструментальному чи релятивному вимірі мова має йти про більш конкретні прояви відношення громадськості до політики та політичного курсу. І саме у такому вимірі зміст політичних цінностей може свідчити як про наявний стан демократичного врядування, так і про проблеми та перспективи подальшої демократизації. Дійсно, цінності політики відображають наявний стан політичних відносин, відтак вони мають конкретно-історичний і в цьому сенсі відносний характер. У такому контексті основною складовою демократії, за оцінкою Ф. Шміттєра, вважається «громадянство», яке «може виражатися і в впливі на підбір кандидатів, і в участі в асоціаціях та рухах, і в зверненнях до влади, і в «нешаблонних» («unconventional») акціях протесту...» [6,

с. 19]. Ціннісний фактор демократії має розумітися також і як підтримка обраного курсу на демократизацію, і як довіра до наявних інститутів влади, а також до методів урядування, що мають найкращим чином задовольняти запити громадян.

Отже, виявлення чи уточнення ціннісного змісту політичного процесу має проводитися на основі зазначених вище параметрів політичних та демократичних цінностей, насамперед, з урахуванням їхнього розподілу на термінальні (перший рівень) та операційні (другий рівень) складові. У руслі першого рівня дослідницька робота проводиться в площині онтологічних засад демократичного врядування, а також за критеріями визнання громадянами переваг демократичного політичного режиму. У руслі ж другого рівня мова має йти про відношення громадян до конкретного політичного курсу, і саме на основі критеріїв «операційних цінностей» й досягається істинне знання щодо характеру державного владарювання та перспектив демократизації.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Портер М.** Установки, ценности, убеждения и микроэкономика процветания. *Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу* / под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона; пер. с англ. А. Захарова. Москва: Московская школа политических исследований, 2002. С. 59-74.
2. **Бенетон Ф.** Введение в политическую науку / пер. с фр.

М. М. Федоровой. Москва: Изд-во «Весь Мир», 2002. 368 с. (Тема).

3. **Inglehart R.** Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton; New York Princeton Univ. Press, 1997. 453 p.

4. Основи демократії / авт. кол. М. Бессонова, О. Бірюков, С. Бондарук та ін.; за заг. ред. А. Колодій. Київ : «Ай-бі», 2004. 668с.

5. **Сен А.** Демократія як універсальна цінність. Демократія. Антологія / упоряд. О. Проценко. Київ: Смолоскип, 2005. С. 120-132.

6. **Шмиттер Ф.** Размышления о гражданском обществе и консолидации демократии. *Полис*. 1996. № 5. С. 16-27.

Москальова Н.П.

кандидат історичних наук,
професор кафедри ЮНЕСКО
«Філософія людського спілкування»
та соціально-гуманітарних дисциплін
ХНТУСГ імені П. Василенка

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ХНТУСГ: ПРОБЛЕМИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Розглянуто проблеми збереження національно-культурної спадщини України. Висвітлено роботу музею університету по збереженню історико-культурної спадщини

Ключові слова: вища сільськогосподарська освіта, музей, історична пам'ять, Кузнець С.

Рассмотрены проблемы сохранения национально-культурного наследия Украины. Освещена работа музея университета по сохранению историко-культурного наследия

***Ключевые слова:** высшее сельскохозяйственное образование, музей, историческая память, Кузнец С.*

The problems of preservation of national cultural heritage of Ukraine are considered .The work of the Museum of the University of the preservation of historical and cultural heritage.

***Key words:** higher agricultural education, museum, historical memory, Kuznets S.*

Актуальність. У 2020 році виповнюється 90 років Харківському національному технічному університету сільського господарства імені Петра Василенка, який було створено у 1930 році, і який був покликаний забезпечити інженерними кадрами більшовицьку технічну модернізацію сільського господарства. В цьому ж році своє 40-річчя буде відзначати створений у 1980 році музей університету.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Історія навчального закладу представлена частково в довідникових матеріалах [1], книгах[2] [3]. Основні наукові дослідження з історії університету здійснені науковцями Москальовим Б.Г. і Москальовою Н.П. Деякі з них відмічені в джерелознавчій базі [4], [5].

Мета статті: висвітлення досягнень музею університету та визначення перспектив майбутнього розвитку.

Виклад основного матеріалу. Характерною рисою сучасних цивілізованих держав є збереження та використання з метою виховання, освіти, організації відпочинку населення та туризму

пам'ятників матеріальної та духовної культури. В значній мірі цю роль виконують музеї різноманітного профілю: краєзнавчі, історичні, історико-художні, етнографічні, сільськогосподарські, науки і техніки, еко-музеї тощо.

Важливу роль у збереженні історико-культурної спадщини університету відіграє музей. Правовою основою функціонування музеїв України, зокрема і музеїв при вищих закладах освіти, є стаття 54 Конституції України, за якою «Культурна спадщина охороняється законом. Держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, що становлять культурну цінність». В Законі України «Про охорону культурної спадщини» говориться, що «Охорона об'єктів культурної спадщини є одним із пріоритетних завдань органів державної влади та органів місцевого самоврядування». За час свого існування музей став невід'ємною частиною університетського комплексу. Безцінні документи, фотографії, альбоми, підручники того часу, матеріали про видатних педагогів навчального закладу є живими свідками історії університету. У 2005 році було відкрито нову експозицію, в якій основну увагу приділено мікроісторії, особистостям, ролі нашого університету в загальній історії України та світу. У 2014 році почала працювати виставка досягнень науково-педагогічних працівників та студентів університету. Експозиція музею побудована за історико-хронологічним принципом і відображає найважливіші етапи розвитку ХНТУСГ (ХІМЕСГ).

Історія університету ще потребує свого детального дослідження. Проте автор статті та керівник науково-пошукової групи при музеї Москальов Б.Г. провели значну роботу по відновленню сторінок історії університету. Зібрано значний уточнюючий матеріал в Державному архіві Харківської області, архівах Національного технічного університету «ХП» та Національного аграрного університету ім. В. Докучаєва. Зібрані дані свідчать про значний внесок вчених нашого університету у розвиток в Україні сільськогосподарського машинобудування. Стало можливим виділити нові важливі віхи в історії навчального закладу. Так, в розділі про початок становлення інституту механізації та електрифікації у Харкові представлено фотографії та документальні матеріали про зародження вищого навчального закладу, про видатних вчених, що працювали в той час. Серед них – завідувач кафедри сільськогосподарських машин (1936-1941рр.), член-кореспондент Академії наук УРСР доктор технічних наук, професор Л.П. Крамаренко; завідувач кафедри ремонтної справи і технології металів член-кореспондент Академії наук УРСР, доктор технічних наук, професор А.А. Василенко та ін.

Науковцями були досліджені невідомі до того сторінки розвитку ЗВО, біографії ініціаторів та перших керівників ЗВО початку 1930-х років, надана характеристика викладачів та студентів тих років, висвітлено особливості студентського життя, вплив соціально-політичних процесів на атмосферу в інституті;

ряд вчених, про яких було відомо поверхово, зайняли своє достойне місце в ряду видатних науковців. Частина експозиції музею висвітлює історію інституту у роки II світової та Вітчизняної воєн, участь в ній студентів та викладачів інституту (цифрові дані, фото, планшети учасників бойових дій, листи з фронту, ордени та медалі, військова форма). Сотні студентів, викладачів, випускників інституту прийняли активну участь в боротьбі з фашистськими загарбниками, робили все можливе для спільної Перемоги (у 2020 році виповнюється 75 років Перемоги). Війна порушила і загальмувала розвиток інституту, різко змінила життєві плани та долі студентів, викладачів та співробітників ХІМЕСГ. У перші дні на фронт пішла велика група викладачів і співробітників інституту. Випускники інституту захищали дипломні проекти в червні 1941 р., маючи на руках мобілізаційні розпорядження. Не всі встигли захистити дипломи. Загалом у 1941 р. на фронт пішли 472 викладачі і студенти, понад 150 із них загинули в боях з німецько-фашистськими загарбниками. Серед героїв війни - рядові, офіцери і генерали Радянської армії, такі як генерал-лейтенант авіації І.І. Проскуров, якого ще 1931 року із стін інституту було направлено в школу льотчиків, пізніше він воював в Іспанії; 21 червня 1937 р. йому першому з українців було присвоєно звання Героя Радянського Союзу. Незабутні сторінки історії війни пов'язані з іменами інших студентів ХІМЕСГ. Ті, що залишилися живими, повернулися до інституту і стали

дипломованими фахівцями. Проте цей час з історії інституту ще потребує свого детального дослідження. Авторкою статті опубліковано ряд матеріалів з даного періоду.

Музей містить матеріали про одного із організаторів нашого навчального закладу та теоретиків інженерної сільськогосподарської освіти професора Алова Олександра Олексійовича. Значний внесок в процес становлення інституту та науково-методичне забезпечення спеціальності інженера – механіка внесли видатні вчені цього часу: професори Муравлянський С.М, Константинов В.О., Крамаренко Л.П., Т.П Тіщенко, Г.П. Дворовенко та ін. Експозиція розповідає про розвиток інституту в повоєнні роки: відбудова народного господарства, трудовий ентузіазм, утворення факультету електрифікації сільського господарства, розширення підготовки іноземних спеціалістів, участь студентів та викладачів в освоєнні цілини та розвиток в подальшому різних форм студентської роботи під час третього трудового семестру. Також із представлених матеріалів можливо скласти уяву про розвиток інституту-університету в часи незалежності: висвітлено суттєві структурні зміни, досягнення статусу спочатку державного університету, потім національного і, нарешті, присвоєння ЗВО імені академіка Петра Василенка.

Музей тісно співпрацював з іншими вищими навчальними закладами (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Дніпровським

НУ ім. О.Гончара, ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, ЧНУ, Інститутом історії України НАН України, музеями м. Харкова, Державним архівом Харківської області, Національним науково-технічним архівом України, бібліотеками і видавництвами, при музеї працював гурток студентської молоді «Вивчаємо історію рідного університету». Директор музею була членом Асоціації працівників музеїв ЗВО м. Харкова, у 2009 році була представлена університетом на обласному конкурсі «Вища школа Харківщини – кращі імена»; членом авторського колективу двох Державних програм: «Реабілітовані історією. Харківська область» та «Книга Пам'яті України. Харківська область». Музей надавав консультативно-методичну допомогу викладачам нашого та інших ЗВО, студентам при написанні реферативних робіт з історії України, історії ХНТУСГ, організовував екскурсійно-географічні розвідки по м. Харкову; був ініціатором відкриття меморіальної дошки Лауреату Нобелівської премії з економіки С. Кузнецю на історичній будівлі Харківського Комерційного інституту у 2011 році, написанні паспорта на пам'ятку історії та культури (історична споруда Харківського Комерційного інституту, автор проекту академік архітектури О.М. Бекетов). Музей тісно співпрацював з університетською газетою «Світоч знань» («Сільський інженер»), в якій починаючи з 2005 року було опубліковано десятки науково-популярних матеріалів з історії навчального закладу. Музей започаткував з 2014 року проведення

щорічної Всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій», почав випуск Наукового вісника Музею «Studia Slobozhanica»; вів свою сторінку на сайті навчального закладу.

Процес розвитку музейного центру характеризувався не тільки збиранням матеріалів, поповненням фондів, їх науковою обробкою, а і ознайомленням з експозиційними матеріалами широкого кола відвідувачів: студентів, викладачів, гостей університету, ветеранів університету. Матеріали музею широко використовувалися студентами при виконанні індивідуальних завдань з історії України, м. Харкова. Регулярно проводилися виставки студентських робіт з історії м. Харкова, населених пунктів Харківської області під девізом «Наша мала Батьківщина», виставки: «Український рушник», «Історія університету у випускних фотоальбомах» тощо.

Висновки та перспективи. Нажаль, в останні кілька років з боку керівництва навчального закладу зменшилася увага до музею як соціокультурного інституту, як частини університетського комплексу. З метою збереження свого минулого, своєї історико-культурної спадщини цей структурний підрозділ потребує різноманітної підтримки: правової, технічної, фінансової. Необхідно проводити значну роботу з поповнення музейних фондів, оновленню експозиції, оскільки тільки через щоденну працю по формуванню громадянської свідомості студентської

молоді, бережливе ставлення до історичної пам'яті можливо виховати майбутнє нашої країни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Харьковский институт механизации и электрификации сельского хозяйства. Проспект. – М.: Изд-во МИИСП, 1980. – 40 с.; ХНТУСГ імені Петра Василенка. Буклет. – Х.: ХНТУСГ, 2006. – 120 с.
2. Еліта країни. Видатні випускники ХІМЕСГ - ХНТУСГ імені Петра Василенка [Н.П.Москальова, Н.М.Костюкова, Б.Г.Москальов, Прохорова О.М.] – Х.: ХНТУСГ імені Петра Василенка, 2012. – 130 с.
3. ХНТУСГ імені Петра Василенка. 85 років / ХНТУСГ імені Петра Василенка [Л.М.Тіщенко, Н.П.Москальова, А.К.Автухов та ін.] – Х, Міськдрук, 2015. – 256 с.
4. **Москальов Б.Г.** Перші директори ХІМЕСХ. З історії університету/ Б.Г.Москальов, Н.П. Москальова//Сільський інженер. – 2006. – №. 68; Москальов Б.Г. Д.Є. Кудря: нові факти біографії/ Б.Г.Москальов, Н.П. Москальова// Український селянин: Зб. наук. праць НДІ селянства/Інститут історії України НАН України/За ред. С.В.Кульчицького, А.Г.Морозова. – Черкаси, 2006. – Вип. 10 / Матеріали УІ Всеукр. симпозіуму з проблем аграрної історії, присв. 100-ій річн. початку земельної реформи П.А.Столипіна, жовт. 2006 р. – С.109-112;
5. **Москальова Н.П.** Цілина в історії ХІМЕСГ/ Грані. – 2012– №11(91). – С.3-6.
6. **Москальова Н.П.** Жінки в історії ХІМЕСГ (1930-ті рр. XX ст.)/ Гілея.Наук. вісник. Зб.наук. праць. – 2012. – Вип. 67 (№12). – С.85-904.

7. **Москальова Н.П.** Відбудова народного господарства і розвиток ХІМЕСГ(1944-1950 рр.). Зб.наук.праць.Серія «Історія та географія». ХНПУ ім.Г.С.Сковороди:– Х., 2012.– Вип.47. – С.163-169.

8. **Москальова Н.П.** Один рік в історії розвитку Харківського інституту механізації і електрифікації сільського господарства /Зб. наук. праць. Серія «Історія та географія»// ХНПУ ім. Г.С.Сковороди. – Х., 2014. – Вип. 50. – С.108-113.

Кухаренко А. Л.,

*доцент кафедри культурних універсальій
ХНТУ імені Петра Василенка, кандидат
наук із соціальних комунікацій*

ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ АРТИЗАЦІЇ ТА ГАРМОНІЗАЦІЇ ВЗАЄМОВІДНОСИН.

Визначається дефініція поняття «туризм» як чинника коригування соціальної поведінки. Забезпечується споживання культурно-історичного потенціалу спрямованого на культурно-пізнавальну, духовно-моральну, розважальну та рекреаційну діяльність як невід'ємних чинників гуманізації та інтеграції сучасного суспільства.

Ключові слова: *туризм, культурні цінності, культурне споживання, соціальна поведінка, рекреаційна діяльність, соціальна інтеграція.*

The definition of the term "tourism" as a factor in the correction of social behavior is defined. Consumption of cultural and historical potential aimed at cultural, cognitive, spiritual, moral, entertaining and

recreational activities as integral factors of humanization and integration of modern society is ensured.

Keywords: *tourism, cultural values, cultural consumption, social behavior, recreational activity, social integration.*

Определяется дефиниция понятия «туризм» как фактора корректировки социального поведения. Обеспечивается потребления культурно-исторического потенциала направленного на культурно-познавательную, духовно-нравственную, развлекательную и рекреационную деятельность как неотъемлемых факторов гуманизации и интеграции современного общества.

Ключевые слова: *туризм, культурные ценности, культурное потребление, социальное поведение, рекреационная деятельность, социальная интеграция.*

Сьогодні в умовах стрімких змін зовнішнього середовища на перший план вітчизняних наукових досліджень виходять концепції щодо підвищення ефективності розвитку культурних креативних індустрій, які можна вважати важливим двигуном економічних та соціальних інновацій України.

Відомо й науково доведено, що комунікація як система інтерактивних взаємодій соціокультурних практик в контексті глобалізаційних процесів сучасності, постає провідним фактором здійснення інтегративного потенціалу соціокультурних ініціатив. Однією з найперспективніших домінантних креативних практик, що не тільки привносить величезний прибуток у розвиток національної економіки, а й виступає в якості рекреаційного

чинника щодо артизації та гармонізації загальнолюдських взаємовідносин, є туризм.

Сучасна туристична галузь України сприяє розвитку підприємств транспорту і зв'язку, створенню нових робочих місць, будівництву, що приносять державі вагомий прибуток. Але феноменальна цінність туризму полягає в тому, що він, як складне багатогранне соціальне явище, сприяє збереженню культурної спадщини, об'єднує людей шляхом виявлення спільних інтересів та єдиних взаємодій, а також призводить до зростання толерантності і поваги між ними.

Спробуємо розібратися з визначеннями щодо поняття «туризм» й виокремимо декілька дефініцій. В українських офіційних документах, зокрема в Законі України «Про туризм» (№1193-VII від 09.04.2014) подане наступне визначення: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання як в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю». Відомий український дослідник в царині географії туризму М.Крачило вважає туризм «різновидом рекреації, активного відпочинку» під час якого відбувається відновлення працездатності, що поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями». На думку О. Абукова, дозвілля є ефективним засобом пізнання, що підвищує культурний рівень людини.

Узагальнюючи наведене, ми пропонуємо розглядати туризм як елемент людської культури, специфічну діяльність людини, що належить як окремій особистості, так і групі, й проявляється у світі загальнолюдських ціннісних орієнтацій, створених людством за період прогресу людської цивілізації.

Як відомо, культура охоплює всі сфери життя, представляючи собою процес виробництва і відтворення особистості, задоволення її матеріальних і духовних потреб. Культурні цінності – це об'єкти, що мають значну культурну цінність, важливе матеріальне і духовне значення в житті народів в цілому і народонаселення даної місцевості, тому захищаються міжнародним гуманітарним правом від недбалого поводження з ними місцевими законами та звичаями.

Шлях становлення особистості коригується не лише власними можливостями і людськими потребами щодо вияву своєї духовної належності, але і багатьма зовнішніми чинниками. Культурне споживання цінностей, що відбувається під час спостереження мистецького, культурно-історичного потенціалу туризму, спрямоване на виробництво нових сенсів, дестинацій, а також іміджів і гештальтів повсякденного буття. Будучи індикатором рівня життя населення, туристична практика сприяє збереженню культурної спадщини та історичних цінностей, формуванню взаємного інтересу людей різних національностей, сприяє зростанню толерантності й поваги між, ними й тим самим

постає індикатором стабілізації міжетнічних та міжнародних відносин.

Культурне взаємопроникнення та формування єдиних загальнолюдських цінностей не уніфікує при цьому культурні норми та зразки, а створює унікальне світосприйняття через вироблення загальнолюдської культури щодо відтворення найкращих форм, еталонних цінностей, які створювалися не одним поколінням народу. Вони сприймаються не механічно, а засвоюються відповідно до світоглядних уподобань людини в процесі туристичної подорожі.

Але, як свідчить сучасна практика, для більшості туристів найбільш вагомим є розуміння подорожі, як «пошуку себе», тобто апробація помітних ролей соціальної поведінки, що призведе до того, що туризм втрачає властиві йому раніше соціально й культурно розвиваючі функції. Тобто, головними причинами, через які люди сьогодні подорожують, постають в бажанні відповідати соціальному статусу, або зміні стереотипів життя. Таким чином можна заявити, що за останні півтора десятиліття туризм перетворився на один із символів глобалізації культури, в той же час комерційно-споживчий канал культурного обміну. Все це, в свою чергу, може призвести до оформлення національних культур і етнічних традицій у специфічний товар, запропонований споживачу.

Сьогодні, завдяки збільшенню кількості подорожуючих осіб, а також розвитку масових комунікацій між різними регіонами світу, й навіть країнами, спостерігається тенденція щодо активного обміну музикою, модою й навіть гастрономічними стравами, що призводить до обізнаності ціннісною системою інших народів, надає можливість залучати її елементи (побут, мистецтво) до своєї культури. Архітектура, дизайн, художнє проектування, мода, садово-паркове та інші види мистецтв, утворюють якісно нове естетизоване середовище, яке туристичні культурні практики використовують задля реклами, брендінгу. Але, на нашу думку ці зміни можуть викликати й низку негативних, подекуди соціально небезпечних тенденцій, тому що в масовій культурі тиражується орієнтація на туризм як на модель «людини відпочиваючої та подорожуючої», яка необтяжена соціальними зобов'язаннями [1, с. 125.]. Виникнення індустрії масового туризму, цілком можливо, може призвести до зміни розстановки соціокультурних пріоритетів щодо ціннісних уподобань подорожуючих.

Особливу увагу ціннісної орієнтації туристичної галузі спрямовано на саморозвиток особистості, реалізації її свободи й гідності. В зв'язку з чим, на нашу думку, краще було б зосередитися на високій якості надання послуг в контексті комплексу рекреативних потреб щодо актуалізації цінностей дозвілля задля створення нової ідеології подорожей і туристичної діяльності. Туризм як різновид дозвіллевої діяльності сприяє не

тільки відновленню працездатності, а й сполучається з культурно-пізнавальною, духовно-моральною, розважальною та рекреаційною діяльністю.

Туристичні подорожі здійснюються у вільний час з метою одержання задоволення, пізнання, відпочинку, оздоровлення, лікування, відвідування рідних і знайомих, але без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Саме завдяки цьому туризм постає невід'ємною частиною життя людини, не тільки допомагає розв'язати проблему організації дозвілля населення, але й сприяє згладжуванню відмінностей і попередженню конфліктів у суспільстві, стимулює формування нових зв'язків між окремими людьми й групами, підвищує освітній і культурний рівні населення.

Стосовно заданого контексту туризм може виступати чинником гуманізації сучасного суспільства, нарощення потенціалу та сприяння розмаїттю контенту й способів самовираження особи. Все це стимулює соціальну інтеграцію, підвищує відчуття незалежності до спільноти й полегшує міжкультурний діалог і розуміння іншої культури.

Туристична галузь України формує новий тип відпочинку нації, орієнтовано на активний стиль життя людини, коли потреба в здобутті рекреаційних вимірів й релаксації, наділяє подорожуючих умінням відволікатися і відпочивати в просторі культурних артефактів. Туризм надихає людину на виявлення

власної творчості, відкриває перспективу щодо об'єднання на основі загальнозначущих культурних цінностей, є одним з найважливіших принципів здійснення акту комунікації у різноманітності туристичної подорожі.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Ісаєв В.Д., Журба М.А.** Естетична імперативність цивілізації та культури: монографія / Східноукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля. – Луганськ : [Вид-во СНУ ім. В.Даля], 2009. – 187с.

2. **Бек У.** Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / Ульрих Бек ; [пер. с нем. А. Григорьев, В. Седельник]. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 385 с.

3. **Малахов В. А.** Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування / В. А. Малахов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.koris.com.ua/otner/3318/index>

*Медіа-діяльність:
галузеві студії*

МАС-МЕДІА В ТУРИЗМІ

Сьогодення потребує, щоб висвітлення трансформаційних процесів у сфері туристичної індустрії втілювались завдяки активному впровадженню новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та поліпшенню ефективності створення інформаційних послуг.

Ключові слова: туризм, медіа, інтернет, студенти.

Настоящее требует, чтобы освещение трансформационных процессов в сфере туристической индустрии воплощались благодаря активному внедрению новейших информационно-коммуникационных технологий и повышению эффективности создания информационных услуг.

Ключевые слова: туризм, медиа, интернет, студенты.

Today, it is necessary that the coverage of transformation processes in the tourism industry be embodied through the active introduction of the latest information and communication technologies and the improvement of the efficiency of creation of information services.

Keywords: tourism, media, internet, students.

Актуальність теми зумовлена необхідністю вивчення нових дієвих стратегій туристичної ідустрії, осмислення та затвердження перспективних форм впровадження туристичних маршрутів.

Науковці висвітлювали різні аспекти розвитку туристичної галузі, зокрема значний внесок у дослідження проблем зеленого туризму внесли відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: Л. Г. Агафонов, В. І. Биркович, В. В. Головацька, П. В. Горішевський, М. Й. Рутинський, А. І. Зінченко та ін.

З погляду нової форми суб'єктивності – свідомості користувачів-комунікантів – нові медіа є єдиний шлях знаходження свободи *разом* із засобами комунікації, а не ігноруючи їх [1]. Медіареальність є також однією із механізмів формування суспільних міркувань та соціального управління. Вона може виконувати як конструктивні функції інформування, створення загального комунікативного контексту, так і відігравати деструктивну роль, створивши ті чи інші стереотипи, які можуть спровокувати небезпечні для суспільства наслідки. Як відмічає Б. Марков, техніка «переформувала уявлення про «місце», як поселення, в якому привалилися солідарність і інші моральні і соціальні цінності. Старе місце розумілося як «ойкумена», що мала чіткий вид і межі [3]. В умовах телемобільності відбувається детериторізація людини.

Саме тому твори медійної культури стають соціокультурним середовищем, життєвим простором людини, основними втілювачами яких є телебачення та інтернет. Насьогодні корпорація Google презентує сайт «Мандруй Харківщиною», де для туристів зібрано цікаві пам'ятки архітектури та чудеса

природи регіону. Всі вони розміщені на інтерактивній мапі та об'єднані в уже готові маршрути [5]. Головне в тому, що кожен може онлайн скласти власний маршрут, включивши до нього уподобані пам'ятки.

Ще Джеймс Джуллі звертав увагу на те, що інтернет-мережі та інші новітні засоби зв'язку мають сучасну модифікацію того, що в основі своїй є людською комунікацією. Не дивлячись на те, що інформаційні технології змінили шляхи, способи, канали спілкування, спонукальні причини цього спілкування залишаються незмінними. Комунікативні технології відіграють вирішальну роль в соціокультурному просторі у всьому світі [4].

Викладачі кафедри культурних універсалій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка створюють такі умови в процесі навчання для студентів спеціальності 242 «Туризм», щоб зелений туризм в Україні як складова туристичного напрямку, розглядався як можливість пізнавально-дозвілєвого відпочинку з ментальною самобутністю і побутом. Адже багато людей прагнуть до поглибленого вивчення традицій місцевої культури. Обравши на мапі локацію, турист отримує відомості про розташування, цікаві місця поруч, де зупинитись, а ще можливість перейти на офіційний сайт пам'ятки [2].

Оскільки Харківщина вже приєдналася до вже представлених раніше проектів інших областей України на порталі «Мандруй

Україною», студенти ХНТУСГ зі спеціальності 242 «Туризм» теж можуть докласти свої знання та уміння до цього проекту.

Відомо, що традиційні канали масової інформації - радіо, кіно, книги, журнали, ТБ, газети, на сьогоднішній день найважливіший сегмент інформаційного простору - інтернет. Всеохоплюючий аспект комунікації - її здатність до взаємодії. Людське спілкування так само необхідно сьогодні, як і тисячі років тому, але в епоху глобалізації соціальний обмін і культурний простір, які утворює взаємодія людей, набувають радикально інші форми. Сьогодні ми живемо у все більш взаємопов'язаному, глобалізованому, обплетеному мас-медіа світі.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Мазоренко М.О.** Феномен мас-медіа в культурному просторі інформаційного суспільства: філософсько-антропологічний аналіз : автореф. дис. канд. філософ. наук : 09.00.04 / Мазоренко Марина Олегівна ; Харківський нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. Харків, 2012. 19 с.

2. **Грабар Н. Г., Мазоренко М. О.** Вивчення культурологічних дисциплін задля втілення українських народних традицій в туристичній галузі / Н. Г. Грабар, М. О. Мазоренко // Феномен туризму : розмаїття сенсів : монографія за ред. О.О. Красноручного, Н.І. Моїсєєвої. Х. : Вид-во «Стильна типографія», 2019.

3. **Марков Б. В.** Образ современности в зеркале философии. Нева. 2008. № 8. С. 78–100.

4. Culture in the communication age / ed. by James Lull. – London : Routledge, 2001. 230 p.

5. <https://tsn.ua/tourism/google-stvoriv-interaktivnu-turistichnu-kartu-harkivschini-iz-chislennimi-pam-yatkami-1180653.html>

Шемаєв С. О.,

*викладач, кафедра культурних
універсальї ХНТУ імені Петра
Василенка, кандидат наук із
соціальних комунікацій*

Петер А.,

*викладач школи соціальної
роботи, Майнінген, Німеччина*

МУЗЕЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Розкривається місце музею у туризмі як засіб культурної комунікації, вплив музейної діяльності на міжкультурний обмін. Визначається, що українські музеї розширюють спектр послуг та обґрунтовується посилення просування нових форм роботи з користувачами та відвідувачами-туристами у віртуальному просторі.

Ключові слова: музей, туризм, міжкультурний обмін, музейні сайти

Раскрывается место музея в туризме как средство культурной коммуникации, влияние музейной деятельности на межкультурный обмен. Отмечается, что украинские музеи расширяют спектр услуг и обосновывается усиление продвижения новых форм работы с пользователями и посетителями-туристами в виртуальном пространстве.

Ключевые слова: музей, туризм, межкультурный обмен, музейные сайты

The place of the museum in tourism as a means of cultural communication, the impact of museum activities on intercultural exchange are revealed. It is noted that Ukrainian museums expand the range of services and justify the strengthening of the promotion of new forms of work with users and visitors, tourists in the virtual space.

Key worlds: museum, tourism, intercultural exchange, websites of museums.

Важливе значення для економічного розвитку країни, посилення міжкультурного діалогу має підвищення привабливості туристичної галузі. На це впливають такі фактори як: законодавча база, безпека, охорона здоров'я, інфраструктура, ціни, природні та культурні ресурси. У 2017 р. Кабінетом України було схвалено «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», в якій визначено напрями розбудови туризму. Одним із векторів розвитку туризму у всьому світі є культурний туризм, в якому важливе місце належить музеям. Тому доцільним й нагальним є вивчення музейної діяльності у контексті розвитку туризму.

Про актуальність означеної теми свідчить наявність значної кількості праць, в яких розкриваються її різні аспекти. Серед них можна назвати публікації Ю. Ключко, С. Шпилько [1, 5], які розкривають місце музеїв в розвитку туристичної індустрії. Результати аналізу відвідування музеїв туристами з різних країн та вплив музеїв на активізацію міжнародного туризму висвітлює О. Романуха [3]. Можливості віртуальних музеїв для розвитку культурного туризму подають S. Ferrari у співавторстві з M. Gilli [6]. Українські дослідники О. Кухарчук з О. Малець Г. Ільтьо та

Н. Малець звертають увагу на недостатній рівень реалізації музейних послуг в туризмі та їх просування в мережевому просторі [2]. Це створює підґрунтя для теоретичного обґрунтування перспективних напрямів музейної діяльності, які сприятимуть: 1) збільшенню туристичної привабливості країни, регіону, певної місцевості, 2) підвищенню іміджу музею в суспільстві, 3) розвитку міжкультурного діалогу.

Всесвітня туристична організація повідомляє, що біля 40% світового туристичного потоку становить культурний туризм. На сучасному етапі розвитку суспільства зростає роль туризму у забезпеченні міжкультурного діалогу. Сучасна культурологічна наука розглядає туризм як засіб культурної комунікації. Туристи через відвідування історико-культурних пам'яток, музеїв пізнають традиції і звичаї різних регіонів України та країн світу, а безпосередні контакти між ними сприяють міжкультурному обміну. Рівень міжкультурної комунікації в туризмі у значній мірі залежить не тільки від особистісного та цивілізаційного розвитку представників різних соціумів, які спілкуються між собою, але від створенням комфортних умов для такої комунікації. Ознайомлення з досягненнями культури, науки і техніки реалізується через відвідування музеїв, галерей, культурних та архітектурних споруд. Тобто особлива роль у забезпеченні міжкультурного діалогу належить музею. Музейна діяльність пов'язана з різними соціокультурними аспектами. До музейних об'єктів відносять

галереї, ботанічні сади, зоопарки, заповідники; природні і культурні споруди; хати-музеї в селах, садиби-музеї; дендропарки. Поєднання образів, дозвілля, естетики, просвітництва, культури «повсякденності» тощо, підвищує зацікавленість загалом відвідувачів та, зокрема, туристів.

Як свідчать наукові дослідження, у провідних країнах світу відзначається динамічне зростання кількості відвідувань музеїв туристами. [3]. Серед лідерів культурного туризму є США, Китай, Туреччина.

Україна також має великий потенціал щодо розвитку туризму. Зокрема, українські музеї розширюють спектр послуг: освітньо-просвітницького, культурно-досвілевого, соціально-комунікаційного характеру. Але, незважаючи на це, у музеях України позначається зниження відвідування. Так, О. Романуха повідомляє про зменшення відвідувань з 32 до 15 млн. осіб протягом 1990-2016 рр. [3], що свідчить про недостатнє включення музеїв до туристичної індустрії. Відбувається й зменшення кількості туристів: у 2017 р. – 2,8 млн. осіб, що на 1,4 млн. менше ніж у 2013 р. [4]. Зазначені дані також доводять необхідність підвищення туристичної привабливості країни, зокрема через розвиток музейної діяльності у цьому напрямі. У сучасних умовах музей має не тільки пасивно приймати відвідувачів, а бути активним учасником туризму.

Зміни в сучасному інформаційному просторі безпосередньо впливають на культурний процес, специфіка і самобутність якого набувають нового значення з точки зору іміджу країни, зростання регіональної та локальної культурної ідентичності регіонів, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. В цьому контексті вагоме значення має просування креативних музейних продуктів і послуг в мережевому просторі.

Аналіз сайтів українських музеїв дозволив виявити, що тільки незначна їх кількість (8%) акцентує увагу на нових формах роботи з користувачами та відвідувачами. Такі музеї пропонують шоу, інтерактивні стіни, віртуальні тури та інші творчі заходи. Наприклад, атрактивним є сайт Харківського художнього музею, де пропонується для відвідувачів цілий спектр послуг: аудіогід, творчі конкурси і клуби, віртуальні виставки та тури. Сайт Музею наукових відкриттів WOOM привертає увагу: цікавими експозиціями, фотогалереєю, різноманітними інтерактивними послугами, майстер-класами, кріо-шоу, шоу-ХІ-хімія, дослідями.

Проте більшість із музейних сайтів являють собою короткий путівник, іноді доповнений новинами про поточні та майбутні виставки. Частіше на сайті подано історію музею та інформацію для відвідувачів: перелік екскурсій, експозицій, лекцій. Це свідчить, що українські музеї недостатньо використовують сучасні можливості для презентації своїх колекцій та послуг.

Низький рівень інформованості про музейні програми та пропозиції актуалізує проблему взаємодії музеїв з туристичними організаціями. Музеї все ще недостатньо націлені на максимальне задоволення потреб туристів, не проводяться дослідження запитів туристів, недостатньо організується спільних дискусій музейних працівників з туристичними організаціями, слабо вирішуються питання інформування іноземних туристів про музейні послуги та заходи. Відкритість музейної діяльності до залучення нових механізмів та послуг сприятиме участі музеїв в розробці туристичних маршрутів, реалізації програм і проектів, спрямованих на приваблення туристів. створення умов для посилення впливу музейних установ у суспільстві та розвитку туризму в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Ключко Ю. М.** Діяльність музеїв у контексті розвитку культурного туризму. <http://tur.kosiv.info/tourism-and-culture>
2. **Кухарчук О.С., Малець О.О., Ільтьо Г.Ф., Малець Н.Б.** Перспективи розвитку в Україні музеїв-скансенів в контексті розвитку міжрегіонального туризму // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Вид-во третє. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2017. С. 214-232.
3. **Романуха О. М.** Розвиток музейної справи як фактор активізації міжнародного туризму // Світове господарство і міжнародні економічні відносини: міжнар. конф. Миколаїв: МНУ, 2015. С. 79-83.

4. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. Вісник НАККиМ. 2019. № 2. С. 226-229.

5. Шпилько С. П. Потенціал і роль музею в становленні туристичної індустрії. World of the travel. <http://worldoftravel.narod.ru>

6. Ferrary S., Gilli M. From the museums of objects to the virtual museums: An Opportunity for local tourism development // New Business Opportunities in the Growing E-Tourism Industry. NY: IGI Global, 2015. P. 255-272.

Попова В.С.,

педагог-організатор Чугуївського навчально-виховного комплексу №6 імені тричі Героя Радянського Союзу І.М. Кожедуба

ЕЛЕКТРОННА КНИЖКОВА ТОРГІВЛЯ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ КАНАЛ КНИГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛАСНИХ УНІВЕРСАЛЬНИХ НАУКОВИХ БІБЛІОТЕК

Висвітлюється аналіз веб-сайтів книговидавничих та книготоргових організацій. Визначаються основні комунікативні засоби, проблеми та напрями вдосконалення книгопостачання на основі анкетування двох обласних наукових бібліотек. Пропонується поглиблення комунікації бібліотек з книговидавничими та книготорговими організаціями в цифровому просторі за допомогою розробки нових проектів з популяризації читання, запровадження системності у процесі закупівель та комплектуванні бібліотечних фондів шляхом розширення асортименту книг і збільшення спеціалізованих сервісів.

Ключові слова: *електронна книготоргівля, бук трейлери, електронні видання, книговидавничі та книготоргові організації, спеціалізовані сервіси.*

An analysis of the websites of booksellers and booksellers is covered. The basic communicative means, problems and directions of improvement of book supply are determined by questioning two regional scientific libraries. It is proposed to deepen the communication of libraries with booksellers and booksellers in the digital space through the development of new projects to promote reading, introduce systematic procurement and library collections by expanding the range of books and increasing specialized services.

Keywords: *e-book trade, beech trailers, electronic publications, book-publishing and book-selling organizations, specialized services.*

Освещается анализ веб-сайтов книгоиздательских и книготорговых организаций. Определяются основные коммуникативные средства, проблемы и направления совершенствования книгоснабжения на основе анкетирования двух областных научных библиотек. Предлагается углубление коммуникации библиотек с книгоиздательскими и книготорговыми организациями в цифровом пространстве посредством разработки новых проектов по популяризации чтения, внедрение системности в процессе закупок и комплектовании библиотечных фондов путем расширения ассортимента книг и увеличение специализированных сервисов.

Ключевые слова: *электронная книготорговля, бук трейлеры, электронные издания, книгоиздательские и книготорговые организации, специализированные сервисы.*

Нині електронна книготоргівля являє собою комунікаційний засіб, спрямований на трансляцію соціально значущої інформації. На цьому наголошують провідні вчені у галузі соціальних комунікацій, книгознавства, бібліотекознавства, фондознавства. Загальні теоретико-методологічні засади та закономірності

розвитку системи документопостачання бібліотечних фондів обґрунтовано А. Соляник. Окремі аспекти в системі комплектування бібліотечних фондів, пов'язані з електронними виданнями в обслуговуванні користувачів бібліотек, розглядають у своїх працях: В. Вуль, І. Скорик, Т. Ярошенко, В. Демкін та ін. Формуванню фондів бібліотек України електронними виданнями присвячено дослідження В. Каїді. Авторка виявила, що користувачі бібліотек звертаються до бібліотечних сайтів та сайтів видавництв з метою пошуку наукової (18%), довідкової (23%), технічної (5%), спеціальної (7%), навчальної (47%), художньої (52%) літератури [3]. Зміни в комплектуванні фондів публічних бібліотек, пов'язані з поєднанням традиційних та сучасних підходів до цього процесу, подає Н. Ашаренкова. Загалом, аналіз наукових джерел надає змогу констатувати, що питання комунікацій бібліотек, зокрема ОУНБ з книговидавничими та книготорговими організаціями в цифровому просторі потребує додаткового вивчення.

Зауважимо, що загалом джерела реалізації книжок в Україні через Інтернет фахівці поділяють на [1, с. 209]:

- сайти видавництв і видавничих організацій;
- сайти електронних книжкових магазинів (онлайнів);
- сайти електронних книжкових магазинів на базі стаціонарних (оффлайнів);

- спеціалізовані ресурси, пов'язані з книгорозповсюдженням (електронні вітрини, аукціони тощо).

Книжкові інтернет-магазини стали поширеним явищем як самостійна одиниця книгорозповсюдження, а також як доповнення до книжкових видавництв. Книготорговельні сайти пропонують не тільки замовлення готової книжкової продукції в друкованій або електронній формах, але й розробку дизайну та макету книги, її друк та подальший продаж. Українські видавці усвідомлюють важливість використання в своєму бізнесі новітніх засобів і форм комунікації. Для більшості книговидавничих та книготорговельних компаній комунікативні можливості Інтернету стали цілком звичною справою. Активно входячи в електронний простір, українські видавці пропонують низку сервісів, що доступні через їх сайти.

Проведений аналіз 14 сайтів книговидавництв дозволив визначити, що всі вони надають можливість замовлення видавничих та поліграфічних послуг, що є цілком закономірним. Також слід відмітити, що 8 з них пропонують дизайнерські, 6 – дистриб'юторські, 5 – консультаційні та інформаційні послуги. Крім того, аналіз сайтів свідчить, що видавничі організації займаються розробкою різноманітних проектів з популяризації читання, використовують для цього різні рекламні та PR - технології. Серед них значне місце посідає створення буктрейлерів (короткі відео, котрі створюють візуальну презентацію книги). Від

самого початку основним завданням буктрейлерів було створення реклами для тих споживачів, котрі надають перевагу відео-рекламі. Але згодом міні-презентації книг почали набувати самостійної форми, розкриваючи часом зовсім неочікувані аспекти того чи іншого твору.

Українські бібліотеки, адаптуючись до нових соціально-комунікаційних умов, активно використовують сервіси електронної книжкової торгівлі на сайтах книговидавництв та книжкових магазинів.

У межах дослідження з метою вивчення електронної книготоргівлі як комунікаційного засобу комплектування бібліотечних фондів було проведено анкетування Харківської універсальної наукової бібліотеки та Дніпровської обласної універсальної наукової бібліотеки імені Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія. Серед питань анкети виділено три групи. До першої групи віднесено загальні питання, які стосуються книжкових фондів та їх поповнення. У другій групі об'єднано питання, спрямовані на виявлення видів та форм комунікації бібліотек з електронними книготорговельними організаціями. Третю групу склали питання, пов'язані з виявленням проблем, які виникають у взаємодії бібліотек з видавцями та Інтернет-магазинами, а також для визначення пропозицій бібліотекарів для підвищення якості книгозабезпечення бібліотек.

Проведене анкетування дозволило з'ясувати, що, по-перше, поповнення фондів українських бібліотек відбувається у різних варіантах: купівля; ліцензування доступу; передплата; система обов'язкового примірника; організація доступу до мережевих ресурсів на договірній основі, тестовий та постійний доступ до електронних ресурсів з вигідними фінансовими умовами в межах бібліотечних корпорацій. Крім того, за результатами анкетування визначено, що сьогодні комплектування бібліотечних фондів відбувається за допомогою системи «Державні закупівлі онлайн (Prozorro)» [2], що впливає на джерело комплектування. Як кожна інша система, система державних закупівель має свої недоліки. Поряд з проблемами фінансування комплектування бібліотечних фондів, фахівці відзначають проблеми недостатнього асортименту книг вітчизняного видання; збільшення кількості лакун у фонді, на які існує читацький запит.

По-друге, серед основних видів та форм комунікації з електронними книжковими магазинами бібліотекарі відмітили телефонний зв'язок та електронну пошту. При цьому найбільша кількість таких комунікацій Харківською та Дніпровською ОУНБ здійснюється з метою відбору літератури через сайти видавництв та їх Інтернет-магазинів. Це такі видавництва як: Ранок, Vivat, Профкнига, Фабула, Видавництво Старого лева, Наш Формат. Проте фахівці досліджених бібліотек відзначають, що остаточне рішення приймається системою державних закупівель. У таких

умовах процес комплектування бібліотеки характеризується певною спонтанністю та відсутністю системності у надходженнях.

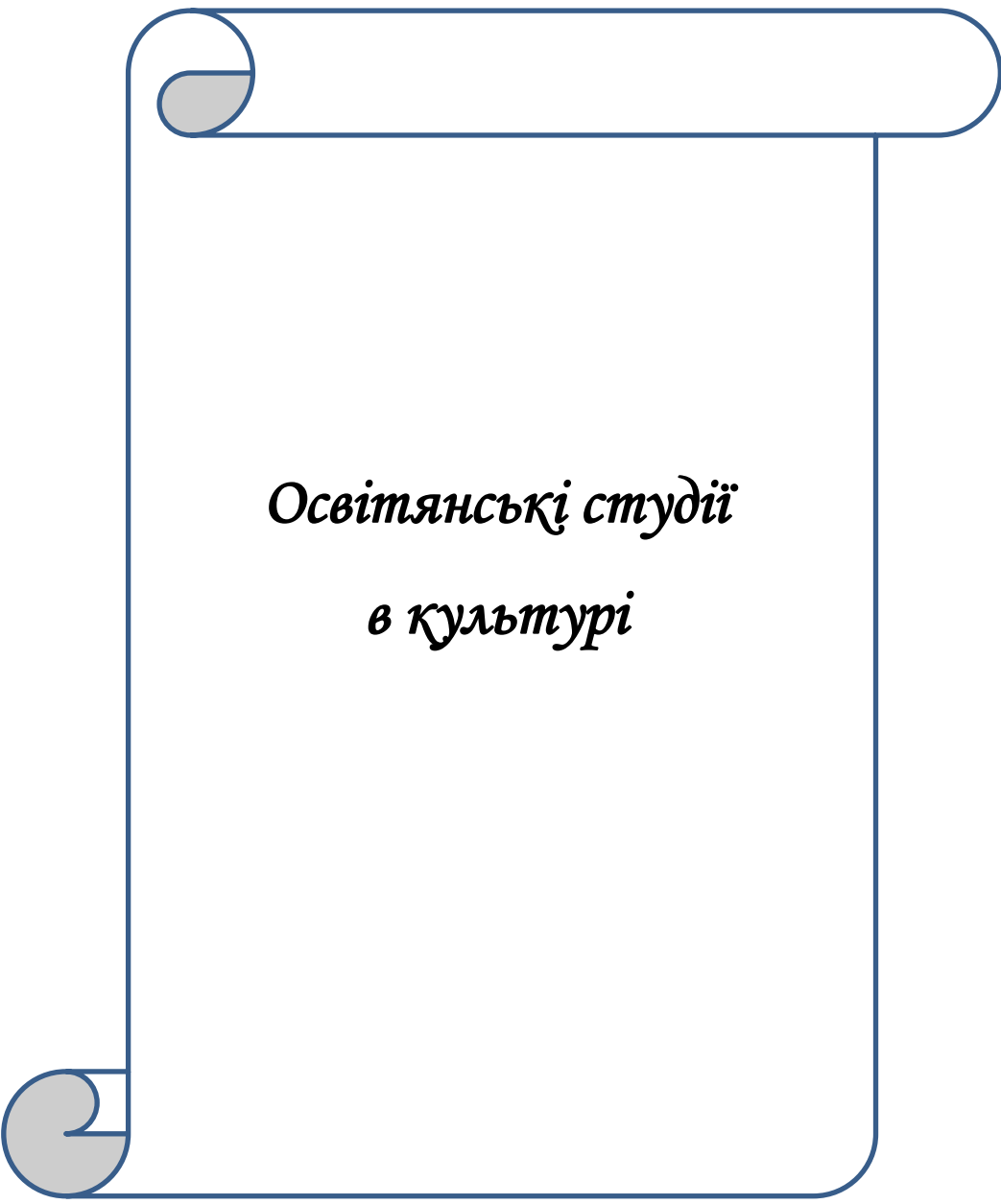
Таким чином, за сучасних умов використання видавничих Інтернет-ресурсів як джерела поповнення бібліотечних фондів є недосконалим, що зумовлено низкою несприятливих економічних, організаційних, технологічних, правових та інших факторів. Тому проблема електронної книжкової торгівлі як комунікаційного каналу книгозабезпечення бібліотек потребує подальшого вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Афанасенко О.М.** Система книгорозповсюдження в Україні: комунікаційні можливості мережі Інтернет / О. М. Афанасенко // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : матеріали міжнар. наук. конф., 26–27 лют. 2009 р. / Харк. держ. акад. культури, Акад. мистец. України, Ін-т культурології. — Х. : ХДАК, 2009. — Ч. 1. — С. 209–210.

2. **Вареник В.М., Євчин Л.О.** Особливості застосування системи Державних закупівель ProZorro (прозоро) // Європейський вектор економічного розвитку. – 2016. – №2. – С. 13.

3. **Каїді В.В.** Взаємодія електронного книговидання з інформаційно-комунікаційними структурами // Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр. – Харків, 2012. – Вип. 37. – С. 195.

A decorative border resembling a rolled-up scroll, with a blue outline and grey shaded areas at the top-left and bottom-left corners.

Освітянські студії в культурі

МЕТОДЫ ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЙ АКТИВИЗАЦИИ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ХУДОЖЕСТВЕННЫМИ СРЕДСТВАМИ В КЛАССЕ КОНЦЕРТМЕЙСТЕРСКОГО МАСТЕРСТВА

У статті розглядається проблема екзистенції суспільних стосунків у контексті моральних основ Буття людини. Алгоритм формування суспільства мотивованою активацією процесу становлення і розвитку студента-музиканта як особистості. Мета і завдання його професійної підготовки професійної підготовки в досягненні самореалізації його творчого потенціалу. У вихованні і розвитку критичного аналізу суспільних процесів і відповідальності за якісне ставлення до пізнавальної діяльності в класі концертмейстерської майстерності.

Ключові слова: виховання, музична освіта, моральність, професіоналізм, критичний аналіз, мотивація, творчий потенціал, акомпанемент, засоби музичної виразності.

В статье изложена проблема экзистенции общественных отношений в контексте духовно-нравственных основ Бытия. Алгоритм формирования общества мотивированной активацией процесса становления и развития студента-исполнителя как личности. Цели и задачи его профессиональной подготовки в достижении самореализации его творческого потенциала. В воспитании и развитии критического анализа общественных процессов и ответственности за качественное отношение к познавательной деятельности в классе концертмейстерского мастерства.

Ключевые слова: воспитание, образование, духовно-нравственный, профессионализм, критический анализ, мотивация, творческий потенциал, аккомпанемент, средства музыкальной выразительности.

The article describes the problem of the existence of social relations in the context of the spiritual and moral foundations of Being. Algorithm for the formation of societies motivated by the activation of the process of formation and development of the student as a person. The goals and objectives of his professional training in achieving self-realization of his creative potential. In education and upbringing a critical analysis of social processes and responsibility for a quality attitude to cognitive activity in the concertmaster class.

Key words: upbringing, education, spiritual, moral, professional, motivation, creativity, accompaniment.

Процессы и события в современном обществе, которые мы можем наблюдать во всех направлениях, по многим параметрам в ходе итогового анализа происходящего приводит к необходимости обоснования базового алгоритма в структуре воспитательного и образовательного процессов как средств формирования и передачи духовно-нравственных основ Бытия. Общество, как любой живой организм, функционирует по принципу взаимосвязей его членов, то есть людей, составляющих это общество. Люди, в свою очередь, в силу индивидуальных психологических и профессиональных качеств вносят элемент разнообразия, так сказать – многоплановые и многоуровневые взаимоотношения. Таким образом, структурное функционирование общественного строя определяется именно такими отношениями. Но в таком случае неизбежны разногласия,

которые решаются в любом обществе – моральными нормами. В свою очередь моральные нормы опираются в своей основе на нравственные законы, заложенные в каждом отдельном индивидууме. Таким образом, актуальность проблемы будет заключаться в формировании личности как духовно-нравственной единицы, без которой не возможно существование общества.

В этом направлении работали многие философы, мыслители. Особенно хотелось бы отметить Эриха Фромма. Его основные труды, посвящённые этическим и социально-психологическим вопросам природы человека, стали отправной точкой в дальнейших исследованиях этого направления многих его адептов и коллег по философскому цеху. А также нашли отклик у миллионов читателей. Философ Й. Хёйзинга рассматривает в своей работе «Homo Ludens» «Человека играющего» не только через призму игры как источника культуры, но и помещает в «игровое пространство» смежные виды человеческой деятельности такие, как: науку, быт, юриспруденцию, военное искусство культурных эпох прошлого. То есть, проводит тщательный анализ становления и развития общества с этико-исторических позиций. Развивает идею нравственного как основного фактора, поддерживающего необходимое для подлинной культуры равновесие игрового и неигрового начал.

В значительной мере профессиональная подготовка студента, как личности в социально-психологическом аспекте, мотивирована перспективой развития общества. Способностью влиять на слушательскую аудиторию средствами музыкальной выразительности, профессионально подготовленными в классе концертмейстерского мастерства. То есть, развитие профессиональных навыков студента, активизация его познавательной деятельности мотивируется реализацией творческого идеала как носителя этико-эстетического содержания, сконцентрированного в музыкальном произведении. Необходимость, в полной мере передать творческую идею, обусловлена процессом нравственного самосовершенствования, как сверхзадачи, и подразумевает ответную реакцию у зрителя на происходящее действо.

Цель статьи заключается в обосновании творческой мотивации и достижении её конечного результата, который заключается в оформлении метода целенаправленной активации процессов воспитания и образования как реализации духовно-нравственных основ Бытия.

Задачи: изложение метода достижения целенаправленной мотивации студентов профессионально-художественными средствами в классе концертмейстерского мастерства; описание процесса формирования творческого потенциала студента-исполнителя.

В классе концертмейстерского мастерства решаются творческие задачи, содержащие духовно-нравственные аспекты. Произведения, которые исполняются в концертмейстерском классе, как правило, имеют программу. И, прежде всего, это поэтический текст песни или эпитафия, содержащий фабулу исполняемого произведения. Или наименование опуса - например: «Как дух Лауры», «Муки любви» и т.п., - которое непосредственно вводит в структурно-драматургический аспект за счёт образно-ассоциативной концепции заключённой в самом названии пьесы. А также названия жанрово-стилевого характера – «Галоп», «Менуэт», «Гавот», «Молитва» и т.п. Таким образом, программа во многом определяет жанр, форму и структуру произведения. Также способствует формированию драматургии всей пьесы.

Но в данной статье рассматривается творческая работа концертмейстера в классе эстрадно-джазового вокала. Где импровизационному развитию музыкального материала уделяется большая роль, как партии вокалиста, так и партии аккомпанемента, который, кстати, приобретает равноправие с вокальной горизонталью. Поэтому большое внимание отводится словесно-мелодическим модусам и совмещению их с гармоническим сопровождением, где партия аккомпанемента максимально обогащает вокальную партию. Оснащает вертикаль певца богатым тембральным колоритом, гармоническими усложнениями и надстройками, фактурно-динамическим разнообразием

соответствующим вокально-поэтической фабуле. Более того, концертмейстер, будучи равноправным партнёром дуэта, во многом помогает вокалисту, поддерживая его соответствующим тематизму песни аккомпанементом, а также, подталкивает певца к максимальной реализации его творческого потенциала.

Соответственно художественной концепции песенного материала, пианист-аккомпаниатор распределяет смысловую нагрузку музыкальными средствами выразительности так, чтобы кульминация музыкального произведения совпала с кульминацией поэтического текста.

Когда подготовительная работа, таким образом, проделана, начинается фаза психологического раскрытия импровизационно-исполнительского процесса. Также, раскрывается нравственно-эстетическая позиция личности импровизатора-исполнителя (в данном случае – это дуэт) в передаче драматургии вокально-джазовой композиции в метафизическом аспекте, то есть, энергетическая трансляция идейного содержания произведения как сублимированной эмоции. Иными словами, происходит выход на уровень объективации сугубо профессиональных задач в достижении творческой цели.

Именно процесс обобщения музыкально-выразительных характеристик способствует формированию студента-исполнителя и становления его как личности. Глубокое проникновение в суть произведения, творческий поиск необходимых средств

музыкальной выразительности, их компоновка и распределение в контексте структуризации целостного композиционного построения – всё это способствует формированию личности, лишённой вульгарности и конформизма, опирающейся на уже формирующуюся профессиональную ответственность за качество исполнения и осуществления творческой идеи. Подобный профессиональный подход к творческой работе формирует духовно-нравственные основы личности. Помогает процессу критического анализа в оценке происходящего, опираясь в своём профессиональном обучении на духовно-нравственные категории. И, как результат, способствует активизации познавательной деятельности студента как личности, формирующей общество.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Фромм Э.** Бегство от свободы / Эрих Фромм; [пер. с англ. А. В. Александровой]. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 288 с. – (Эксклюзивная классика).
2. **Фромм Э.** Иметь или быть? / Эрих Фромм; [пер. с нем. Э. Телятниковой]. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 320 с. – (Эксклюзивная классика).
3. **Хёйзинга Й.** Homo Ludens. В тени завтрашнего дня: Пер. с нидерл. / Общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. – 464 с.
4. **Шабанова Т. Д.** Основи імпровізації: Навчально-методичний посібник для вищих навчальних закладів культури і

мистецтв I-II рівнів акредитації / Т. Д.Шабанова. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 132 с.

5. **Шабанова Т. Д.** Драматургия в джазе: учебно-методическое пособие / Татьяна Шабанова. – Винница: Нова книга, 2018. – 124 с.

Шевцова Ю.О.,
викладач ХДАК, кандидат наук із соц.
комунікацій, Україна

Гао Фей,
студент факультету
культурології ХДАК, КНР
(Китай)

ПРОВІДНІ ЗАРУБІЖНІ ЖУРНАЛИ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ В ПРОЦЕСІ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розкриваються результати аналізу провідних зарубіжних культурологічних журналів. Наведений перелік найвпливовіших періодичних видань та надана їх характеристика та вимоги до публікації. Використання цих журналів та публікація у них впливає на процес оптимізації професійно-комунікаційного середовища.

Ключові слова: *періодичні видання, зарубіжні журнали культурологічного профілю, професійна комунікація, оптимізація.*

В статье раскрываются результаты анализа ведущих зарубежных культурологических журналов. Приведен перечень самых влиятельных периодических изданий, предоставлена их характеристика и требования к публикации. Использование этих журналов и публикация в них влияет на процесс оптимизации профессионально-коммуникационной среды.

Ключевые слова: периодические издания, зарубежные журналы культурологического профиля, профессиональная коммуникация, оптимизация.

The results of the analysis of leading foreign cultural journals have been described in the article. A list of the most influential periodicals, their characteristics and some publication requirements have been provided. The use of these journals and publishing there influences the process of optimization of the professional and communication environment.

Keywords: periodicals, foreign cultural journals, professional communication, optimization.

В умовах інтеграції вітчизняної науки, освіти та практики до європейського інформаційного простору й розширення доступу до профільних видань у цифровому середовищі набувають особливого значення оптимізація професійно-комунікаційного середовища на засадах підвищення ефективності не тільки використання фахових журналів провідних країн, систематичне звернення українських фахівців до авторитетних традиційних та електронних наукових журналів як каналу актуальної наукової і практичної інформації.

Тривалий час українські науковці соціокультурної сфери використовували зарубіжні журнали переважно для запозичення кращого зарубіжного досвіду, а нині прагнуть активної участі в обговоренні актуальних проблем культури та мистецтв та просуванні власних досягнень на шпальтах кращих періодичних

видань світу для взаємозбагачення, розвитку й підвищення ефективності багатоканальної професійної комунікації.

Варто зауважити, що зарубіжні фахівці активно вивчають провідні журнали, досліджують їх рівень ранжування, зміни їх впливовості на професійну комунікацію [1, 2]. Дійсно, функціонування широкого спектра традиційних та електронних зарубіжних видань; розгортання можливостей дистанційного доступу до них; закріплення на національному рівні вимог до публікації наукових результатів у виданнях, що індексуються провідними наукометричними базами, зумовлюють нагальність виявлення переліків найвпливовіших видань у професійній комунікації.

Для вирішення цього завдання було здійснено пошук культурологічних зарубіжних видань, які відповідно до ранжування Journal Ranking мають найвищі (квартіль 1), високі (квартіль 2) та середні (квартіль 3) показники. Проведений аналіз дозволив виявити, що до першого квартілю входять наукові журнали з високим індексом SJR, які в основному публікуються у Великобританії та США. В першу чергу це – журнали, спрямовані на висвітлення мультикультурних аспектів та проблем у суспільстві; культурні студії, освіти; міжкультурні комунікації, а також культурний туризм. У 2018 р. їх індекс позначався від 1,124 до 0,520 (табл. 1).

**Зарубіжні журнали культурологічного спрямування
першого квартілю**

№ п/п	Назва журналу	Індекс за SJR	Країна
1	Journal of Multilingual and Multicultural Development	1,124	Великобританія
2	Cross Cultural and Strategic Management	0,922	Великобританія
3	Tourism Rekreation Research	0,884	США
4	Journal of Tourism and Cultural Chang	0,818	Великобританія
5	European Journal of Cultural Studies	0,772	США
6	Cultural Studies-Critical Methodologies	0,732	США
7	Journal of International and Intercultural Communication	0,586	США
8	Cultural Studies of Science Education	0,580	Німеччина
9	International Journal of Multicultural Education	0,559	США
10	International Journal of Cultural Studies	0,520	США

Варто зазначити, що у другому та третьому квартелях також розміщуються наукові журнали, які виходять друком у Великобританії та США. Всі вони мають індекс, який сягає більше ніж 0,1. На нашу думку, саме на них слід звернути увагу українським науковцям, оскільки вони є доволі авторитетними у наукових колах (табл. 2).

**Зарубіжні журнали культурологічного спрямування
другого та третього кварті лей**

№ п/п	Назва журналу	Індекс за SJR	Країна	Квартіль
1	Knowledge Cultures	0,192	США	2
2	Tourism, Culture and Communication	0,187	США	2
3	International Journal of Media and Cultural Politics	0,180	Великобританія	2
4	European Journal of East Asian Studies	0,177	Нідерланди	2
5	Culture, Theory and Critique	0,142	Великобританія	2
6	Journal of Cultural Research	0,124	Великобританія	3
7	Journal of Tourism History	0,113	Великобританія	3
8	Multicultural Education	0,110	США	3
9	International Journal of Interdisciplinary Social and Community Studies	0,109	США	3
10	International Journal of Classical Tradition	0,106	Нідерланди	3

Як й в найвищому ранзі видань цього профілю, до публікацій у виданнях нижчих рангів висуваються високі вимоги. Серед видань, що відносяться до другого квартілю, можна виділити міжнародний журнал «Tourism, Culture and Communication», який має розділи: Туризм, Культура, Комунікація.

В журналі публікуються статті теоретичного характеру, а також висвітлюються конкретні ініціативи та проекти. Метою іншого міжнародного журналу «International Journal of media and Cultural Politics» є розкриття соціальних і культурних комунікаційних процесів.

У журнал третього квартілю «International Journal of the Classical Tradition», який публікується в Нідерландах, подаються наукові статті, дослідницькі звіти, огляди, присвячені різним аспектам давньогрецької та римської спадщини. Перше рішення про публікацію приймається через 115 днів, а остаточне – через 283 дні. Це свідчить, що в авторитетних журналах, які індексуються у провідних міжнародних базах, процес опублікування статей є тривалим. Проте такий підхід дозволяє підтримувати репутаційний показник як самого видання, так й науковця, стаття якого розміщується у журналі. Крім того, рівень журналу дозволяє не тільки зробити видання потенційно більш ефективним і доцільним, але й отримати більшу читачку аудиторію. Тобто такі журнали мають більший вплив на ефективність комунікаційного професійного середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Blake V. L. P.** The perceived prestige of professional journals, 1995 : A replication of the Kohl-Davis study // Education for Information. 1996. Vol. 14, № 3. P. 157–179.

2. **Serenko A., Dohan M.** Comparing the expert survey and citation impact journal ranking methods : Example from the field of artificial intelligence // Journal of Informetrics. 2011. Vol. 5. P. 629–648.

Зан А.В.,

викладач вищої категорії комунального закладу вищої освіти «Ужгородський інституту культури і мистецтв» Закарпатської обласної ради

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ СЕРЕД МАЙБУТНІХ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

В матеріалі розглядається спілкування як одна з форм людської взаємодії, що є істотною ознакою життєдіяльності особистості як соціальної істоти. Наголошується, що саме в процесі спілкування людина опановує світ власного буття. Підтверджується думка, що спілкування є об'єктивним процесом у ході якого індивіди «створять один одного»; спілкування сприяє соціальній інтеграції та взаємодії між людьми.

Ключові слова: спілкування, субєкти спілкування, теорія, практика.

материале рассматривается общение как одна из форм человеческого взаимодействия, что является существенным признаком жизнедеятельности личности как социального существа. Отмечается, что именно в процессе общения человек постигает мир собственного бытия. Підтверджується мнение, что общение является объективным процессом в ходе которого индивиды «создают друг друга»; общение способствует социальной интеграции и взаимодействия между людьми.

Ключевые слова: *общение, субъекты общения, теория, практика.*

The article considers communication as one of the forms of human interaction, which is an essential feature of the life of a person as a social being. It is noted that it is in the process of communication that a person comprehends the world of his own being. It is believed that communication is an objective process in which individuals "create each other"; communication promotes social integration and interaction between people.

Keywords: *communication, subjects of communication, theory, practice.*

Актуальність проблеми вивчення теорії та практики результативного спілкування зростає на сучасному етапі у контексті гуманітаризації системи вищої освіти України. Сучасному фахівцю соціогуманітарного спрямування потрібно орієнтуватися не тільки в окремих царинах власного предмету, але й бути готовим до ділового спілкування, уміти знаходити діалог серед колег, добиватися успіху в житті завдяки вивченню вербальних (словесних) і невербальних (несловесних) методик. Особливої актуальності такі якості набувають у роботі працівника закладів культури України.

Спілкування – це показник, індикатор соціального здоров'я людей, міри його цивілізованості, один із вимірів суспільної культури. Суб'єктами спілкування виступають окремі індивіди, соціальні групи, спільноти. Поряд із цим спілкування не тільки соціальне, але й психологічне явище, адже визначається характером, темпераментом, вольовими властивостями суб'єктів спілкування. Тобто, спілкування є багатофункціональним соціально-психологічним явищем. Проблема спілкування була об'єктом уваги багатьох мислителів, вчених. Феномен спілкування знайшов своє відображення у філософській спадщині відомого

екзистенціаліста К. Ясперса (концепція «волі до екзистенціальної комунікації»), інтерсуб'єктивізму Е. Гуссерля, біхевіоризмі Б. Скіннера, концепції діалогіки М. Бахтіна, «діалогічному персоналізмі» М. Бубера, символічному інтеракціонізмі Дж. Міда та ін.

Вербальна (словесна) комунікація – це спілкування, коли суб'єкти мовної взаємодії за знакову систему використовують мовлення, тобто словесні засоби. Як відзначають дослідники, у комунікативному акті прийнято виділяти орієнтувальну та виконавчу складові [1, с.107]. Орієнтувальна або попередня частина мовленнєвого спілкування містить: аналіз ситуації взаємодії; формування плану дії (стратегії спілкування); передбачення нейтралізації негативних результатів. Виконавча або безпосередня складова мовленнєвого (вербального) спілкування реалізується через: мовленнєвий етикет; самоподання (пряма мова); зворотний зв'язок і результат спілкування. Результативність спілкування залежить від ефективності вивчення вербальних та невербальних методик. Вербальне спілкування є системою мовних комунікаційних засобів взаємодії людських індивідів.

Вербальна комунікація передбачає оперування деякими словосполученнями, які допомагають привернути увагу співрозмовника, виявити реальний стан речей. Відзначимо, окремий перелік подібних фраз: 1) «Подумати тільки, я думав інакше, можливо, я помиляюся»; 2) «Давайте перевіримо факти»; «Сподіваюся, що Ви виправите мене, якщо я в чомусь буду неправий»; 3) «Мені здається...», «Я гадаю...», «Я думаю...»; 4) «Я Вас розумію»; 5) «Ви маєте рацію» тощо [2, с. 99–104]. Встановлюючи контакт із співрозмовником спеціалісти пропонують ряд методик (прийомів) початку спілкування. Так, український дослідник Й. Гах визначив три методи: 1) зачіпки – ви розповідаєте жарт, курйоз, якусь історію а потім відразу

переходите до суті справи («Надворі холодно, йде зима, одна надія на європейський газ із Росії»); 2) стимулювання гри уяви – ставиться багато запитань з певних проблем, а потім відбирається те необхідне, що треба обговорити; 3) прямого підходу – коротко викладається мета зустрічі й відразу перехід до суті справи [3, с. 53].

Спеціалісти відзначають цілу низку прийомів переконливого впливу на співрозмовника: 1) інформування (образний виклад суті справи); 2) роз'яснення (інструктивно, розповідаючи, міркуючи, формулюючи проблему); 3) доказ (за чотирма законами логіки: тотожності, суперечності, виключення третього, додатної підстави); 4) спростування [2, с. 102–103]. Виділяють прийоми переконання: 1) вербальні форми навчання (вказівка, розпорядження, заборона); 2) непряма похвала; 3) метод Сократа (примусити сказати «так»); 4) прийоми на основі «грайливого настрою» (натяк, комплімент). На наш погляд, в окремих випадках, не варто обходити увагою так звані «спекулятивні прийоми» вербального спілкування. Це – перебільшення, анекдот, використання авторитету, дискредитація співрозмовника (критика особистості, а не критика доказів), зміна напрямку бесіди, введення в оману, відстрочка (затягування, пояснення дрібниць для виграшу в часі), апеляція до почуттів тощо [3, с. 105–106].

Таким чином, вербальне спілкування – це комплекс лексичних засобів, які використовуються для ефективних наслідків міжособистісної взаємодії людей. Вербальне спілкування тісно пов'язане з невербальними (жестикулятивними) аспектами спілкування. Тому виділяють ряд попередніх психологічних прийомів для ефективності спілкування. Дослідники вирізняють окремі методики словесного впливу на співрозмовника, що є важливим для підготовки працівника закладу культури. Втім

вивчивши та проаналізувавши всі підходи варто пам'ятати настанову давньогрецького філософа-стоїка Епіктета, який твердив, що «будь-яка звичка від вправи тільки закріплюється та посилюється. Наприклад, щоб стати хорошим ходоком, треба часто і багато ходити; щоб будти хорошим бігуном, треба часто і багато бігати... Те саме із властивостями нашої душі...» [5, с. 57]. Отож, у практичній роботі працівника закладів культури необхідно практикувати всі вищезгадані методики вербального спілкування.

Невербальна (несловесна) комунікація – це система знаків, що використовуються у процесі спілкування і відрізняються від мовних засобами та формою вияву. Тобто, це – жести співрозмовників, інтонація, паузи, рухи тіла тощо. За останні роки значно зріс інтерес до вивчення проблематики невербальної комунікації. Про це свідчать чисельні посібники з «мови тіла» фізіогноміки, нейролінгвістичного програмування і т.д. Насправді ця проблема є надзвичайно пізнавальною і, що найголовніше, практичною. Адже вивчивши невербальні сигнали, можна «читати» свого співрозмовника «немов книжку», навіть не говорячи про це вголос (вербальними знаками).

Психологи серед невербальних засобів спілкування виділяють так звану оптико-кінетичну систему, що складається з жестів, міміки і пантоміміки, рухів тіла (кінесика). Окремо виділяють паралінгвістичну (якості голосу, його тональність, діапазон) та екстралінгвістичну (плач, сміх, кашель тощо) системи. Серед невербальних засобів спілкування визначають систему організації простору і часу спілкування – проксеміку. Йде мову про розташування учасників бесіди, доцільність визначення часу для діалогу, монологу і т.д. Специфічною знаковою системою у невербальній комунікації є контакт очей – основний засіб візуального спілкування [1, с. 134].

На сучасному етапі досить перспективним постає так зване нейролінгвістичне програмування (НЛП). Суть цього напрямку зводиться до вивчення аудіальних (слух), візуальних (зір) та кінестетичних (дотик, смак, нюх) систем людини. На основі цього вчені виділяють візуалістів (людей, які мислять образами), аудіалістів (мислять словами) та кінестетиків (мислять відчуттями) [4, с. 150 – 151]. Ведучи мову про невербальну комунікацію потрібно наголосити на етнокультурних та етнопсихологічних чинниках. Тобто, комунікаційних систем є стільки, скільки є мов або ж діалектів. Саме тому, потрібно чітко знати, що означає те чи інше слово навіть в рамках однієї загальноприйнятої системи комунікації (наприклад, української мови).

Зазначимо, що майбутньому працівнику закладів культури України потрібно опанувати психологічні прийоми для ефективності спілкування. Важливими для працівника закладів культури є психофізіологічні аспекти цілеспрямованого конструювання результативного спілкування, які чітко виділив Р. Ронін. Він твердить, що для бажаного ефекту спілкування потрібно розуміти особливості людського сприйняття. Тому справжньому фахівцю своєї справи вкрай необхідно знати про наступні аспекти: 1) сенс фраз, складених із більш як 13 слів (інші дані – 7 слів – А.З.) свідомість людини зазвичай не сприймає, тому фахівцю не варто усно формулювати якісь «складносурядні чи складнопідрядні речення» (це потрібно для науковців-філологів, а не практиків, які працюють з «простими людьми» – А.З.); 2) мову можна розуміти при швидкості не більше 2,5 слів за секунду (отже, треба говорити чітко, лаконічно, без «скоромовок»); 3) фраза, яка сказана без паузи довше за 5-6 секунд не усвідомлюється співрозмовником; 4) чоловіки (жінки слухають в середньому краще за чоловіків – А.З.) слухають 10-15 секунд, а потім розмірковують, що б додати до предмету розмови; 5) чоловіки

найкраще люблять говорити про власні успіхи, жінки – про чужі успіхи; 6) людина тримає в пам'яті не більше $\frac{1}{4}$ того, що було сказано декілька днів назад; 7) пам'ять найкраще працює між 8-12 годинами ранку та після 9 годин вечора, найгірше – після обіду; 8) найкраще запам'ятовується остання частина сказаної інформації і т.д. [4, с. 121–125].

Дослідники виділяють ряд методик словесного впливу на співрозмовника (інформування, роз'яснення, доказ, спростування). Важливими є так звані вербальні форми навчання (вказівка, розпорядження, заборона); непряма похвала; метод Сократа (примусити сказати «так»); прийоми на основі «грайливого настрою» (натяк, комплімент). На наш погляд, у ряді випадків не можна й оминати «спекулятивні прийоми» вербального спілкування (перебільшення, анекдот, використання авторитета, дискредитація співрозмовника, зміна напрямку бесіди, введення в оману, відстрочка, апеляція до почуттів тощо).

ЛІТЕРАТУРА

1. **Чмут Т. К., Чайка Г. Л.** Етика ділового спілкування: Навч. посіб. 5-е вид., стер. К. : Вікар, 2006. 223 с.
2. **Сергієнко Н. С.** Психологічні прийоми в політиці: Навч. посіб. К. : МАУП, 2006. 112 с.
3. **Гях Й. М.** Етика ділового спілкування. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 160с.
4. **Ронин Р.** Своя разведка : способы вербовки агентуры, методы проникновения в психику, форсированное воздействие на личность, технические средства скрытого наблюдения и съема информации : Практическое пособие. Мн. : «Харвест», 1998. 368 с.
5. **Алякринский Б. С.** Беседы о самовоспитании (Изд. 2-е, перераб. и допол.). М. : «Знание», 1977. 176 с.

**III International
scientific e-conference
"Culture in the process
of spiritually-moral
development of the
global society"**

2020