

Шевель А.О.,
доцент кафедри філософії
Сумського національного аграрного
університету,
м. Суми

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ ЗА ДОПОМОГОЮ МАС-МЕДІЙНИХ ЗАСОБІВ

Сьогодні ми переживаємо складний період переоцінювання багатьох усталених стереотипів, ідеологічних догм і світоглядно-ціннісних орієнтацій. Мабуть, однією з найхарактерніших особливостей часу є криза домінуючих парадигм. Це стосується і постановки проблем і їх розв'язання у сфері культури.

Багато провідних галузей економіки, від комп'ютерної до туристичної, «окультурюються», стають інтелектуальними і творчими, це призводить до того, що і культурна галузь індустріалізується. Із переходом найрозвиненіших країн у постіндустріальну стадію розвитку традиційна виробнича сфера забезпечує дедалі меншу частку національного доходу, поступаючись інформаційним (креативним) індустріям, які виробляють передусім «ідеї» та «образи». Мистецтво, доведене до товарного вигляду й поширюване головним чином через електронні мас-медіа, стає процвітаючою індустрією. Частка культурних індустрій (таких як видавнича справа, кінематографія, аудіовізуальні індустрії, музичний та шоу-бізнес, індустрія звукозапису, реклама, арт-ринок, мода, а також виробництво програмного забезпечення для комп'ютерів) в економіках західноєвропейських країн уже становить до 10 відсотків ВВП [2, 234].

За словами української дослідниці Барни Н.В. відбувається просування інформаційного продукту в багатоканальному комунікаційному просторі. Це зумовлює необхідність таких комунікативних технологій, які б полегшували сприйняття інформації. Особлива потреба у таких посередницьких функціях у людини цивілізації, яка знає лише мову речей. Способом розв'язання в культурі проблеми розуміння «іншого», але шляхом «уживання» в нього, є естетична комунікація. Важливим є те, що естетичне повідомлення майже завжди включає в себе художність як засіб індивідуалізації форми шляхом надання їй виразності. Технократизація комунікативного простору сформувала новий тип культури – «культуру мас-медіа» (М.Маклюєн), що посилила роль художньо-естетичного фактору. Мас-медіа сформувало специфічну художність, образність якої є змодельованою за певними зразками та розімкненою щодо соціо-комунікативного простору, тобто з високим КПД інтерпретативності та імпровізаційності [1, 296].

Кожен медіа-продукт є частиною медіасередовища, сприймається і оцінюється аудиторією в синтагматичних і парадигматичних відносинах з

іншими медіа-продуктами. На основі цього формується його рейтингова оцінка, яка визначає сам факт його існування в медійному просторі. У зв'язку з цим творці медіатекстів виявляються вкрай залежними від громадської думки, від реакцій аудиторії. Медіатексти, що відображають принципово чужі цільовій аудиторії ідеали, цінності, установки і не враховують її інтереси, специфіку національного менталітету, приречені на невдачу. Саме цей факт є своєрідною гарантією того, що «щеплення через ЗМІ чужорідних соціокультурних цінностей» не матиме великого успіху.

Будь-яке дослідження культури в глобалізованому, обплетеному мас-медіа й «Інтернетом» світі мусить брати до уваги всеохопний аспект комунікації - здатність до взаємодії. При входженні в певне культурне середовище, медіа-технології долають уже встановлені рамки характерних для нього традицій, вартостей та стилів життя і водночас підважують, змінюють основи цієї культури. Ідея глобалізації, у тому числі в сфері масової культури, значною мірою сформувалась під впливом концепції «Глобального поселення» М. Маклюєна, що досить вдало відображає специфіку сучасного суспільства, рівень глобальних зв'язків у якому значно підсилюється за рахунок розвитку комунікативних технологій. Чим більше універсалізуються інформаційні процеси у світі, тим помітніше відбувається збереження, відродження національних культурних традицій. Найважливішим аспектом інформатизації суспільства постає потреба врахування численних національних культур [3, 128].

Національний характер як «згусток історичного шляху народу і його культури» є конструктом, в достатній мірі стійким до зовнішнього впливу, і стійкість ця забезпечується переважно першим компонентом історією народу, його минулим, яке не можна змінити, на відміну від другого компонента культури, здатної розвиватися і змінюватися в залежності від цілого ряду чинників: політичних, економічних, соціальних, науково-технічних. Складно уявити, що в рамках певної історичної епохи можливо відчутна зміна сукупності психологічних специфічних рис, що складають національний характер, приріст і прояв нових рис, більшою мірою характерних для іншого етносу, внаслідок культурного впливу, яке він надає. Отже, мас-медіа (навіть якщо припустити, що вони дійсно пропагують чужі культурні цінності) не становляють істотної загрози для українського національного характеру.

В епоху інформаційних технологій культура стає важливим чинником національної безпеки. Вона відіграє вирішальну роль у запобіганні таких негативних проявів, як культ насильства, політичний екстремізм, ксенофобія, злочинність та моральна деградація.

Формування культурного простору за допомогою мас-медійних засобів є нагальною проблемою українського суспільства. Її вивчення сприятиме збереженню національного характеру шляхом врахування власного історичного досвіду і засвоєння загальносвітових гуманістичних цінностей.

Список використаних джерел:

1. Барна, Н.В. Комунікативна естетика як феномен сучасного світу / Н.В.Барна // Філософія освіти. Philosophy of Education [науковий часопис] / Інститут вищої освіти Національної Академії педагогічних наук України. – К., 2015. – Вип. 1(15). – С. 296–305.
2. Богуцький Ю.П. Українська культура в європейському контексті / За ред. Ю.П. Богуцького. – К.: Знання, 2007. – 679 с.
3. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

Шеремет В.В.,

старший викладач кафедри музичного мистецтва ВП ВП «МФ КНУКіМ»,
м. Миколаїв

РОЗВИТОК НАРОДНО-ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА В СИСТЕМІ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ (НА ПРИКЛАДІ ПІВНІЧНО-ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ)

Гра на музичних інструментах зі статусом «народні» (від свого походження та первинного розповсюдження в практиці традиційного музикування) завжди була розповсюдженим видом духовної культурної діяльності та частиною самодіяльної творчості народу. Але, з початку ХХ століття, зокрема у північно-причорноморському регіоні, виконавство на народних інструментах набуває неабиякої популярності, завдяки активній пропаганді народно-інструментального мистецтва: гастролям солістів та колективів, а також організації самодіяльних ансамблів та гуртків гри на народних інструментах[6, 94].

Найбільш значним поштовхом для подальшої популяризації гри на народних інструментах в регіоні стало утворення славетного миколаївського оркестру ВУОРМ (всеукраїнський оркестр робітників металістів, 1925 р.), а також ансамблю баяністів «Чорноморець»(1928р), в Одесі. Це були колективи, які гастролювали не тільки на теренах України, а й за її межами [5,10; 7,14; 4,9].

Під впливом зазначених подій, у 20-х-30-х роках ХХ століття, мистецтво гри на народних інструментах стало впроваджуватися у мистецьку освіту, проте напрямки функціонування та чинники розвитку зазначеного виду музично-виконавського мистецтва у спеціалізованих навчальних закладах ще не досліджувались. Окремі публікації П. Вакуліна, О. Макаренка, Є. Стиркул присвячені історії відділів народних інструментів музичних училищ Миколаєва, Херсона, Одеси, але в них не визначені форми та напрямки