

4. Ботвинова А.В. Духовность и гуманизм в открытом обществе (социально-философский анализ): дис. ... д-ра филос. наук / А.В. Ботвинова. – М.: РГБ, 2005. – 362 с.
5. Платон. Сочинения. В 4-х томах. – Т. 2.
6. Юнг К.Г. Сочинения. В 2-х томах. – Т. 1 / К.Г. Юнг. – М.: Наука, 1966.
7. Культурология. XX век. Энциклопедия. Т. 1. – СПб.: Университетская книга; 1998. – 447 с.
8. Основи викладання мистецьких дисциплін. – К., 1998. – 183 с.
9. Катехизис. – К., 1991. – 516 с.
10. Орлова Е.М. Интонационная теория Асафьева как учение о специфике музыкального мышления / Е.М. Орлова. – М., 1984. – 302 с.
11. Іваницький А.І. Українська народна музична творчість / Анатолій Іванович Іваницький. – К., 1990. – 336 с.
12. Корній Л. Історія української музики. – Т. 1 / Л.Корній. – Київ-Харків-Нью-Йорк, 1996. – 314 с.
13. Музыкальная энциклопедия. – Т. 2. – М., 1974. – 960 с.
14. Шостакович Г. Чи можна двічі увійти в одну й ту ж музичну течію? / Г.Шостакович // Музика. – 1992. – Вип. 6. – С. 26-30.
15. Петлій Л. Проблеми формування художнього світогляду населення України / Л.Петлій // Науковий вісник ВДУ. – Педагогічні та психологічні науки. – 1998. – В. 2. – С. 19-21.
16. Поплавський М.М. Менеджер культури: Підручник / Михайло Михайлович Поплавський. – К.: МП „Леся”, 1996. – 416 с.: іл.
17. Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: Підручник / Михайло Михайлович Поплавський. – К.; 1999. – 560 с.
18. Історія богослужбового піння / Сост. Б.Б. Лебедев / Полтавська єпархія, г. Комсомольськ, Миссионерське Духовне Училище Української Православної Церкви, 2004. – 255 с.

Резюме

Стаття присвячена дослідженню феномена духовності як одного із проявів внутрішньої (божественної) сутності людини через видові практики музичного мистецтва. Духовність розглядається як з точки зору світської науки, так і релігійності.

Ключові слова: дух, духовність, церковна музика, народна музика, класична музика, молодіжна музика.

Summary

The article is devoted to the phenomenon of spirituality as one of the manifestations of the inner (divine) nature of human species through the practice of musical art. Spirituality is considered both in terms of secular and ecclesiastical science.

Key words: spirit, spirituality, church music, folk music, classical music, youth music.

УДК 008:004.738.5

С.Н. Гринич, О.В. Граб

ВПЛИВ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ „ВІРТУАЛЬНОЇ” КУЛЬТУРИ

Сучасний етап розвитку цивілізації характеризується зростаючою роллю інформаційних і комунікаційних технологій, що є, на думку вчених Р.Абдєєва [1], Г.Воробйова [4-5], Є.Демиденка [7], М.Моїсєєва [16], глобальною інформаційною революцією, яка за своїми масштабами перевершує промислову (XIX ст.) та науково-технічну (середина XX ст.) революції.

Існуючі концепції розвитку суспільства доводять свою економічну спрямованість. Тому сучасне суспільство називають по-різному: „перехідне”, „інформаційне”, „інформаційна цивілізація”, „колективного розуму”, „пізнавальне” тощо. Безсумнівно у цьому переліку залишається одне – за інформацією визначається статус домінанти. Інформація в її найрізноманітніших формах здійснює потужний вплив на суспільне життя:

- створюється сучасна техніка для виробництва, зберігання й поширення інформації;
- виникає інформаційне середовище, що дає змогу оптимізувати функціонування виробництва, державних органів, управлінських структур, установ освіти, науки, культури;
- нові інформаційні технології входять у повсякденне життя людини, сучасні інформаційні системи стають невід’ємною її частиною.

Однак життя людини в інформаційному суспільстві перетворюється в існування у суперсимволічній реальності. Орієнтація особистості ускладнюється зростанням обсягів інформації, що циркулює в соціумі й впливає на особистість. З іншого боку, інфраструктура інформаційного суспільства дає людині можливості для творчого розвитку у зв’язку з доступом до всієї різноманітності знань та цінностей, що будь-коли існували, використання яких можливе лише людиною зі сформованими інформаційними потребами та вміннями, що включаються у поняття інформаційної культури. Отже, актуальність проблеми становлення особистості в інформаційному суспільстві виникає, з одного боку, з онтологічної значущості інформації у бутті, а з іншого – підвищення значення інформації у житті людини сучасного суспільства, в якому вона стала системоутворюючою цінністю.

У нинішніх соціокультурних умовах інформація розглядається як щось самостійне – поряд із такими категоріями, як матерія й енергія. Так, А.Урсул стверджує, що інформація є не просто властивістю чи атрибутом матерії й усіх її систем, а відіграє важливу роль у „житті” цих систем, у природі взагалі [22; 6]. Багато фактів і виявлених закономірностей свідчать на користь пріоритетів інформації над речовиною й енергією: все більше заміщуючи матеріально-енергетичні ресурси або істотно їх доповнюючи, інформація допомагає кардинальним чином змінити структуру соціальної діяльності.

Найбільш загальне визначення терміна „інформація” подають філософи, якими вона визначається як „... відбиття розмаїтості в будь-яких об’єктах і процесах живої й неживої природи” [24; 222].

Людство за час свого існування виробило духовні й матеріальні цінності у вигляді наукових досягнень, світоглядних поглядів тощо. Вони представлені як знання, що найчастіше „губиться”, не використовується. Адже для того, щоб стати надбанням суспільства, знання повинне бути перетворене в інформацію, відчужене від свого носія, відображене в символічній формі й зафіксоване на матеріальному носії. Інформація (на відміну від знань) не пов’язана з конкретною особистістю, вона однаково досяжна для всіх, хоча можливості перетворити її в знання у кожного власні, оскільки вони спираються на індивідуальний досвід. Інформаційно-когнітивний процес містить два аспекти: перетворення особистісного знання в інформацію й наступне відтворення, видобуток цього знання з інформації, хоча в пізнавальному ланцюжку слабкою ланкою є невміння індивіда знаходити потрібну інформацію і використовувати її.

Отже, маємо справу з новим соціальним явищем, наслідки якого важко оцінити. Інформаційна революція народжує новий вид людської спільності – інформаційне співтовариство, збагачує людську культуру значущим елементом – інформаційною культурою. Цей термін уперше ввів у науковий обіг Г.Воробйов. Для нього характерне розуміння інформаційної культури як вміння використовувати інформаційний підхід, аналізувати інформаційну ситуацію й робити інформаційні системи більш ефективними. Складність визначення цього феномену полягає у тому, що згадане явище виникло на базі двох понять: „інформація” й „культура”.

Відомо, що інформація й культура – феномени, що мають багато загальних рис. До них відносять їх глобальність, універсальність, що виражається в наявності у них зв’язків із найрізноманітнішими формами людської життєдіяльності. Інформація й культура пронизують різні способи людської діяльності, забезпечуючи їй такі характерні риси, як творчий характер,

цілеспрямованість тощо. Інформація і культура взаємо зумовлюються: культурні процеси реалізуються через інформаційні і навпаки. Культура ефективно впливає на людину і суспільство через механізм збирання й поширення інформації про середовище, в якому вона функціонує, й про саму культуру. Нарешті, інформація й культура утворюють органічну єдність у процесі освіти. Культура й інформація є єдиним цілим.

У науковій літературі пропонується значна кількість визначень інформаційної культури. Так, у роботі В.Мілітарєва й І.Яглома [14] зустрічається визначення інформаційної культури як сукупності знань про методи подання інформації й умінь застосовувати їх на практиці для формулювання й розв'язання змістових завдань.

По-іншому до цього підходить Е.Семенюк: „Інформаційна культура – ступінь досконалості людини, суспільства або певної його частини у всіх можливих видах робіт з інформацією: її одержанні, накопиченні, кодуванні й переробці будь-якого виду, створенні на цій основі якісно нової інформації, її передачі, практичному використанні” [21; 3]. У визначення Б.Семеновкера: „Інформаційна культура – сукупність інформаційних можливостей, доступних фахівцеві в будь-якій галузі діяльності в момент розвитку цивілізації” [20; 11-15]. Отже, більшість визначень охоплює сукупність усього, що включається в інформаційну діяльність, спрямовану на задоволення інформаційної потреби. Таким чином, однією із найважливіших соціальних функцій інформаційної культури є створення розвиненого механізму саморегуляції інформаційного суспільства, що народжується. А для успішної реалізації зазначеної соціальної функції інформаційної культури необхідно сформувати в суспільстві й в особистісній структурі людини відповідні потреби та способи їх відтворення, підтримки й стимулювання.

Категорія „потреба” – одне з фундаментальних понять сучасної науки, що має сукупність значень, які утвердилися в рамках тієї або іншої галузі. У загальному вигляді потреба визначається філософами як „нестаток чого-небудь необхідного для підтримки життєдіяльності й розвитку організму людської особистості, соціальної групи, суспільства в цілому” [24; 499].

В основі виникнення потреби лежить діяльність. У процесі цілеспрямованої діяльності виникають і задовольняються потреби, визначається їх предмет. Потреба виникає як внутрішній стан суб'єкта, що відбиває реальну розбіжність між об'єктивними умовами його життєдіяльності й суб'єктивними можливостями. А.Маргулісом потреба розглядається як негативний, незадовільний стан щодо зовнішнього світу. На його думку, вона є вираженням суперечності й ядром мотивації, програмування поведінки суб'єкта [11; 4]. Кінцевим результатом цих дій повинне бути зняття окреслених дослідником суперечностей та невизначеності. Оскільки без участі в інформаційній взаємодії з іншими людьми особистість не може існувати й відбутися, постає питання про виникнення й розвиток соціальної потреби в інформації або інформопотреби. В.Коган, В.Уханов, Г.Щербицький та ін., визнаючи значущість інформаційної потреби, визначають її як „мегапотребу”, тому що реалізація усіх інших передбачає задоволення потреби в інформації. „Реалізація всіх інших потреб: у праці, освіті, дозвіллі, культурних і наукових благах тощо – як обов'язкова умова припускає попереднє задоволення потреби в інформації” [8; 54].

Існує значна кількість визначень інформаційної потреби. Наприклад, „інформація необхідна для досягнення мети” [3; 57], „властивість окремої особи, колективу або будь-якої системи, що відображає необхідність одержання інформації, яка відповідає характеру дій або роботи, що виконуються” [там само].

Для освіти ближче визначення інформаційних потреб О.Кузнєцова: „Інформаційна потреба – потреба в знанні, властива кожному суспільству, що виражає його індивідуальність та одержує конкретне відображення у формі інформаційних запитів” [9; 23]. В.Полонський, диференціюючи інформаційні потреби працівників освіти, керівників освітніх установ, НДІ, відповідальних працівників міністерств і відомств, учених, вчителів, відносить цей вид потреб до особливої сфери пізнавальної й практичної діяльності, внутрішнього переживання людини [19; 71].

Психологами, зокрема М.Мирімановою, інформаційна потреба розуміється як необхідність „в одержанні певних порцій інформації з того, що може бути надане інфосередовищем” [15; 4]. Увага в цьому визначенні надана одержанню необхідної інформації із загальних „запасів” і

ігнорується діяльність із виробництва нової інформації. Але ж саме одержання принципово нової інформації є результатом інформаційної потреби, що виникла.

Низка інших дослідників як основний момент формування інформаційних потреб розглядають психологічну модель чи образ. На думку Д.Блюменау, „інформаційна потреба є актом усвідомлення недостатності наших знань для побудови психологічної моделі об'єкта, моделі, що відбиває рівень наших уявлень про даний об'єкт” [2; 8]. Представники діяльнісного підходу в інформації – Р.Гіляревський, В.Маркусова, О.Чорний, стверджують, що інформаційна потреба – усвідомлена необхідність в інформації для розв'язання поставленого завдання за розробленим планом [6; 5]. Г.Щербицький із цього приводу відзначив, що „діяльність – вихідний пункт реалізації потреб пізнання, а отже, і вихідний пункт потреби в інформації. Діяльність є тим „входом”, через який здійснюється реалізація потреб суб'єкта в інформації” [25; 47].

Згідно позиції Н.Маркової, інформаційну потребу доцільно розглядати в ширшому сенсі: „як потребу в комплексі відомостей, що доповнюють первісне значення, за допомогою якого суб'єкт інформаційного впливу вирішує проблему, що виникла перед ним у процесі взаємодії із навколишньою реальністю й розв'язання якої пов'язане з підтримкою його діяльності в доступному для огляду проміжку часу на оптимальному рівні, у рамках соціуму, професійної діяльності” [12; 139].

Частина дослідників пов'язують інформаційні потреби із потребою у науковій або іншій спеціальній інформації. Так, на думку Т.Федорової, інформаційна потреба є внутрішнім станом суб'єкта, що відбиває дефіцит наукової інформації, необхідної для використання в науковій або науково обґрунтованій діяльності [23; 54]. Т.Муранівський вважає, що „під інформаційною потребою варто розуміти властивість людини або певної системи (наприклад, виробничого або управлінського процесу тощо), яка відбиває необхідність регулярного одержання й використання інформації, що забезпечує ефективне функціонування цієї системи” [17; 4].

При безлічі думок про сутність інформаційних потреб головною проблемою залишається розкриття механізму їхнього формування й функціонування. Вивченню цього вектору присвятили роботи вже згадані Р.Гіляревський, Н.Зинов'єва, В.Коган, В.Маркусова, А.Соколов, О.Чорний та ін.

Засобом задоволення інформаційних потреб є комунікація, що включає безпосередню або опосередковану взаємодію суб'єктів. Формування інформаційної потреби можливо здійснювати через виховання й освіту, спеціально орієнтовану сферу дозвіллевої діяльності, професійну діяльність; індивідуально, колективно, дистанційно тощо. Проте формувати інформаційну потребу як соціальну потребу особистості найбільш ефективно можливо через систему освіти, стратегічним завданням якої є стимулювання здатності й мотивації людини до самоосвіти, самодетермінації.

Звернення до освіти як соціокультурного явища зумовлюється переконанням у тому, що саме в системі освіти, підсумком функціонування якої є соціально „підготовлена” особистість, можна найбільш повно закласти інформаційну потребу особистості. Виходячи із вищевикладеного, при розв'язанні проблеми інформаційної потреби необхідно врахувати три компоненти:

- людина (споживач інформації), яка формує власні завдання;
- світовий фонд наукової інформації (інформаційний масив), у якому зосереджена необхідна інформація;
- інформаційна система, відповідний пристрій – посередник між споживачем та інформаційним масивом.

Щодо навчального процесу, у ньому важливе значення мають інформаційні засоби:

1. комп'ютерні навчальні програми – електронні підручники, тренажери, лабораторні практикуми;
2. навчальні системи на базі мультимедіатехнологій, побудовані з використанням персональних комп'ютерів, відеотехніки, накопичувачів на оптичних дисках;
3. інтелектуальні й навчальні експертні системи, що використовуються в різних предметних галузях;
4. розподілені бази даних за галузями знань.

Важливе місце в навчанні повинні зайняти сучасні засоби телекомунікацій, до яких входять електронна пошта, телеконференції, локальні й регіональні мережі зв'язку, а також електронні бібліотеки, розподілені й централізовані видавничі системи. Однак використання нових інформаційних технологій і засобів у навчанні не повинне виключати підготовку фахівців у реальному предметному напрямку. Неприпустима заміна реальних фізичних явищ модельним поданням їх на екрані комп'ютера. Досліджуючи особливості інформаційної діяльності, Д.Матрос та інші вчені вказують, що інформаційне середовище стає ефективним за наявності в ньому властивості комфортності для споживача інформації, а для цього необхідно створити сприятливі умови для взаємодії інформаційної системи й фахівця. Таким чином, людський фактор входить у систему діяльності як основний компонент забезпечення будь-якого процесу [13; 25].

Починаючи з середини ХХ століття, у надрах культури здійснюються процеси розмежування різних напрямів. На відміну від класичної „аристотельської” культури, культура сучасного інформативного суспільства стає змішаною і перетворюється на фрагментарну, уривчасту, уламкову. Людина, що увібрала своєрідність такої культури, – інформомана, знає про все, але структурність її мислення обмежена [10; 58]. Тому масова комунікація, як особливий вид соціального спілкування, що здійснюється в масштабах усього суспільства, виступає умовою суспільного і культурного розвитку. Вона повинна мати потужний виховний ціннісно-орієнтаційний потенціал і соціальну зумовленість, оскільки спрямовується на задоволення потреб і запитів різних суспільних верств. За допомогою її засобів набувають масового тиражування моральні, естетичні цінності та соціальні норми. У систематизованому вигляді масова комунікація відображає не лише панівні світоглядні уявлення і суспільний настрій, а й культуру суспільства.

Актуальним стає дослідження переваг і недоліків сучасної інформаційної культури, її ціннісно-орієнтаційного потенціалу, а також ролі ЗМІ у вихованні та соціалізації молоді. У молодіжному середовищі все більшого значення набувають електронні ЗМІ, в яких неабияку роль відіграють культурні форми, котрі традиційно вважались дозвіллевими, розважальними – кіно, телебачення, відео, комп'ютерні ігри тощо. Така ситуація певною мірою пояснюється рівнем технічного розвитку суспільства, а „відступ” сучасної молоді, наприклад, від книги на користь телебачення свідчить про суттєві зміни в ціннісних орієнтаціях підростаючого покоління.

Однак спілкування молоді зі ЗМІ має багатоаспектний характер. Молодь бере активну участь у різних формах подібного спілкування, проте, насамперед, як засобу емоційної релаксації, прагнучи знайти в ЗМІ діалогічне спілкування з довіреною особою, справжніми наставниками і товаришами. Проте сучасна індустрія розваг (масова культура) нерідко спрямовує ЗМІ на формування в молоді як духовної, так і соціальної апатії. Певна річ, що розповсюдження відео- і телепродукції створило нову ситуацію у формуванні ціннісних орієнтацій молодих людей, а також культури поведінки і мовлення підлітків. І якщо в минулому цей процес залежав від реальних умов нашого життя, то приклади сучасного життя, що пропагуються у відеотеках і відео залах, є досить ідеалізованими і не відповідають можливостям родин більшості населення. Водночас юнаки та дівчата, на жаль, ще не здатні усвідомити цієї суперечності. Окрім того, розвиток техносфери, водночас породжуючи нові можливості дозвіллевої діяльності, сприяючи створенню відповідних умов аксіологічного виховання учнівської молоді, збагаченню її культурного, словникового запасу, оволодінню широким колом інформації, формує аудиторію пасивного споживача (глядача, слухача).

Чи стане молода людина, як споживач продукції масової комунікації, активним творцем цінностей культури, залежить від багатьох чинників, у тому числі й:

1. індивідуального життєвого й культурного досвіду особистості;
2. ціннісних орієнтацій підлітків у сфері духовної і матеріальної культури;
3. якості інформації;
4. умов, за яких молодь сприймає і користується ЗМІ.

Сучасна інформаційна культура виступає засобом навчальної діяльності. Адепти нової соціологічної теорії „інформаційного суспільства” відводять засобам масової комунікації

визначальне місце у системі суспільних відносин, оскільки вони перетворилися на необхідний елемент повсякденного життя.

У зв'язку з прогресуючою „технологією життя”, початком „комп'ютерної ери” не припиняються дослідження проблеми виховання молоді. Нові технології, насамперед, мікроелектроніка, все активніше застосовуються майже в усіх типах навчально-виховних закладів, у сфері дозвілля молоді. Так, „медіа-освіта” – напрям у педагогіці, представники якого виступають за вивчення молоддю закономірностей масової комунікації, робить головними завданнями підготовку нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, сприймання й розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на молоде покоління.

Серед завдань інформатизації освіти молоді, поряд з універсальними (розвиток інтелектуальних здібностей, гуманізація й доступність утворення), визначається і низка специфічних – комп'ютерна грамотність, інформаційне забезпечення утворень (бази знань і даних), індивідуалізоване утворення на основі нових комп'ютерних технологій навчання.

Незважаючи на зростання значущості освіти, виховна роль вітчизняної школи зменшується. Індустріальне, а нині вже й постіндустріально-інформаційне суспільство, зменшило вплив традиційних інститутів виховання. На зміну їх прийшли спочатку тоталітарно-ідеологічні організації, а потім на базі електронних ЗМІ вирости „масова культура”, „індустрія розваг” тощо. Процес соціалізації молодого покоління випав з-під контролю спеціалізованих виховних інститутів, які здійснювали її упродовж століть. Результати цього явища настільки руйнівні, що бездуховність, ціннісна аморфність, аморальність тощо сьогодні загрожують процесу виховання молодого покоління.

Філософи, соціологи, культурологи, педагоги й психологи, відтворюючи таку ситуацію, піднімають проблему суперечності між культурою і цивілізацією у тому розумінні, що науково-технічний прогрес не супроводжується відповідним культурним, моральним, гуманітарним розвитком людства. Сучасна практика індустріально-інформаційної цивілізації засвідчує: неспеціалізовані соціальні структури, що ґрунтуються на використанні засобів масової комунікації та управлінні в корпоративно-ринкових цілях, неспроможні здійснювати функцію виховання молодого покоління достатньо ефективно. Вступ людства в еру інформаційної цивілізації змінює виробничі технології, включаючи й духовне виробництво, але він не змінює сутності процесу виховання: формування людини людиною в межах спеціально створених для цього соціальних інститутів. На думку В.Когана, формалізоване виховання дає формалізовану людину, спрощене виховання – спрощену людину, інформаційне виховання – „інформаційну людину”, „комп'ютерне” виховання – „комп'ютерну” людину [8; 50].

Це проблема сучасного світу. Адже культ знань, що виступає центром соціалізації та культури молоді, заступається цінностями іншого гатунку. У суспільній, а особливо в молодіжній свідомості, він замінюється нині іншим культом – „модною” інформацією.

Інформація стає одним із предметів споживання, набуває „товарної” цінності та якості, престижності й загальнодоступності тощо. Молода людина, що володіє так званою „престижною” інформацією, а під нею розуміється, наприклад, особисте життя популярних у даний час політичних лідерів або естрадних „дів”, нерідко авторитетніша в колі однолітків, ніж людина освічена, вихована, духовно багата. І ця тенденція не випадкова, бо зумовлена культурним рухом у суспільстві, переважно інформативним характером сприйняття культури.

Таким чином, характеристика впливу інформаційної культури на „віртуальну” доводить наступне:

– розвиток цивілізації характеризується зростаючою роллю інформаційних і комунікаційних технологій, що осмислюється вченими як глобальна інформаційна революція, яка за своїми масштабами й наслідками переверщує промислову (XIX ст.) та науково-технічну (середина XX ст.) революції;

– суспільство зіштовхнулося із новим соціальним явищем, наслідки якого важко оцінити. Інформаційна революція, у свою чергу, сформувала новий вид людської спільності – інформаційне співтовариство, збагативши індивіда новим значущим елементом – інформаційною культурою;

– зважаючи на такий перебіг подій, сучасне українське суспільство класифікують як „перехідне”, „інформаційне”, „інформаційна цивілізація”, „електронне”, „колективного розуму”, „пізнавальне” тощо. Безсумнівним у цьому переліку залишається одне – за інформацією визначається статус домінанти;

– життєдіяльність людини в інформаційному суспільстві перетворюється в існування у суперсимволічній реальності. Орієнтація особистості ускладнюється різким зростанням обсягів інформації, що циркулює в соціумі й впливає на особистість. Інфраструктура інформаційного суспільства дає людині можливості для творчого розвитку у зв'язку з доступом до різноманітності знань та цінностей, що будь-коли існували;

– молоде покоління зламу ХХ-ХХІ століть стало поколінням електроніки і ЗМІ. У такому контексті виховання культурних і моральних цінностей молоді майже повністю „випало” з-під контролю спеціалізованих виховних інституцій, що здійснювали її упродовж століть. Результати цієї обставини виявляють переважно руйнівні ознаки, загрожуючи соціальному становленню сучасної молоді, перетворивши їх на справжніх інформоманів – хворих на нестримне нагромадження інформації, що сприймається як „товарна цінність”, а за своєю суттю замінює культуру;

– в умовах зростаючої ролі інформаційної культури змінюються й сучасні умови життя і діяльності підлітків, особливо у великих містах, що, в свою чергу, призводить до змін орієнтирів сучасного інформаційного способу життя. Молода людина, що володіє маловідомою широкому загалу, „престижною” інформацією – авторитетніша в колі однолітків, ніж людина освічена, вихована. І ця тенденція не випадкова, адже вона зумовлена культурним рухом у суспільстві, переважно інформативним характером сприйняття культури;

– інформація стала продуктом споживання, набула „товарної” цінності та якості, престижності, загальнодоступності. Вона справляє значний вплив на всю культуру в цілому. Наділяючи різні культурні явища певною нейтральністю, роблячи основну ставку на видовищність, сучасна інформаційна культура пливає на процес формування „віртуальної” („екранної”) культури, не вимагаючи від людини витрат розумової енергії, почуттів, волі тощо.

Джерельні приписи

1. Абдеев Р. Философия информационной цивилизации / Р.Абдеев. – М.: Владос, 1994. – 336 с.
2. Блюменау Д. К уточнению исходных понятий теории информационных потребностей / Д.Блюменау // Науч. и техн. информ. – Сер. 2. – 1986. – № 2.
3. Бониц М. Научное исследование и научная информация / М.Бониц. – М.: Наука, 1987.
4. Воробьев Г. Молодежь в информационном обществе / Г.Воробьев. – М.: Наука, 1990. – 265 с.
5. Воробьев Г. Твоя информационная культура / Г.Воробьев. – М.: Молодая гвардия, 1999. – 303 с.
6. Гиляревский Р. Научные коммуникации и проблема информационной потребности / Р.Гиляревский, В.Маркусова, А.Черный // Науч. и техн. информ. – Сер. 1. – 1993. – № 9.
7. Демиденко Э. Историческая поступь культуры: Земледельческая, урбанистическая, ноосферная / Под ред. Э.С. Демиденко. – Брянск, 1994. – 192 с.
8. Коган В. Человек в потоке информации / В.Коган. – Новосибирск: Наука, 1981.
9. Кузнецов О. Информационные системы для руководителей / О.Кузнецов. – М.: Экономика, 1973.
10. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікації і культура: глобальний підхід / За ред. О.Гриценко. – К.: К.І.С., 2002. – 264 с.
11. Маргулис А. Социальные потребности как детерминанта человеческой деятельности / А.Маргулис. – М.: Наука, 1985.
12. Маркова Н. Социокультурные основания процесса формирования личностной структуры человека в условиях становления информационного общества: дис. ...канд. культурологии: 26.00.01 / Н.Маркова. – Кемерово, 2003.

13. Матрос Д. Управление качеством образования на основе новых информационных технологий и образовательного мониторинга / Д.Матрос, Д.Полев, Н.Мельникова. – М.: Педагогическое общество России, 1999.
14. Милитарев В. Информационная культура эпохи НТР / В.Милитарев, И.Яглом. – Новосибирск: Наука, 1990. – 189 с.
15. Мириманова М. Информационная потребность как психологическая проблема / М.Мириманова // Науч.-техн. информ. – Сер. 1. – 1987. – № 4.
16. Моисеев Н. Человек и ноосфера / Н.Моисеев. – М.: Мол. гвардия, 1990. – 351 с.
17. Мурановский Т. Теория и практика научно-технической информации. Информационные потребности: Учеб. пособие / Моск. гос. ист.-арх. ин-т. – М., 1985.
18. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Под ред. Е.С. Полат. – М.: Академия, 1999.
19. Полонский В. Научно-педагогическая информация: Словарь-справочник / В.Полонский. – М.: Новая школа, 1995.
20. Семеновкер Б. Информационная культура: от папируса до компактных оптических дисков / Б.Семеновкер // Библиография. – 1994. – № 1.
21. Семенюк Э. Информационная культура общества и прогресс информатики / Э.Семенюк // НТИ. – Сер. 1. – 1994. – № 7.
22. Урсул А. Модель устойчивого развития цивилизации: информационные аспекты / А.Урсул // НТИ. – Серия 2. – 1994. – № 12.
23. Федорова Т. Теория информационных потребностей и практика их удовлетворения в сфере исследований культуры / Т.Федорова // Информация и научные исследования культуры: Сб. науч. тр. / АН СССР, НИИ культуры. – М., 1988.
24. Философский энциклопедический словарь. – 2-е изд. – М.: Сов. энцикл., 1989.
25. Щербицкий Г. Информация и познавательные потребности / Г.Щербицкий. – Минск: Изд-во БГУ, 1983.

Резюме

Акцентується на розвитку інформаційної культури суспільства, її специфіці та впливах на функціонування „віртуальної” культури. Проблема аналізується на теоретико-методологічному рівні, у науковий обіг впроваджуються нові категорії, що остаточно не проаналізовані і потребують дослідження.

Ключові слова: віртуальна культура, суспільство.

Summary

At statt uvaga avtorov akcentut'sya on osoblivostyakh rozvitku kul'turi suchasnoho suspl'stva, specific that plivakh on funkconuvannya kul'turi. Zaznachena problem of analizut'sya yu on teoretiko-metodologehnomu rvn, adzhe at naukoviy obbg at our o'clock of vprovadzhuuyt'sya nov fakhov kategor, scho remaining sche not proanalzovan potrebuyut' pogliblenogo dosldzhennya.

Key words: virtual culture, society.

УДК 791.66(477.62)

О.М. Ущанівська

КУЛЬТУРНЕ ЖИТТЯ ЕТНІЧНИХ СПІЛЬНОТ У КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ СПЕЦИФІКИ ДОНЕЧЧИНИ

Цілісне усвідомлення самодостатності і специфічності національної культури неможливе без дослідження її локальних осередків, всебічного вивчення культурних надбань окремих регіонів держави. Відштовхуючись від ідеї процесуальності культури як явища, що розгортається в історичному і суспільному просторі, регіональний напрям досліджень дозволяє відтворити її специфіку у системі локалізованих географічних координат і скласти наукове уявлення про