

5. Kulagina N. V., Ovchinnikova M. A. Motivatsiya igrokov kospleya s raznyim stazhem uchastiya v roleyoy igre [Elektronnyy resurs] // Konsept. – 2014. – №05 (may). – S.31–35. – Rezhim dostupa: <https://e-koncept.ru/2014/14115.htm>. – Zagl. s ekrana.

6. Lyubimova T. B. Komicheskoe / T. B. Lyubimova // Novaya filosofskaya entsiklopediya: V 4 t. [pod red. V. S. Stepina]. – M.: Myisl, 2010. – T.2. – S.277–278.

7. Poritska O. Tradytiine ta moderne v kulturnykh tsinnostiakh molodi urbanizovanoho seredovysheha Ukrainy: molodizhni subkultury (za materialamy internet–resursiv) // Narodna tvorchist ta etnohrafia. – 2010. – №1. – S.78–83.

8. Hollander Je. Vzglyad skvoz' odezhu / Jenn Hollander [per. s angl. V. Mihajlina]. – M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2015. – 517 s.

9. Fantastic Elastic: spektakl–prezentatsiya Domanoff vesna–leto 2016 [Elektronnyy resurs] // L'Officiel Ukraine. – Rezhim dostupa: <http://official-online.com/rauty/sobytiya/fantastic-elastic-spektakl-prezentatsiya-kollektsii-domanoff-vesna-leto-2016/>. – Zagl. s ekrana.

**Skalatskaya H. V.**, PhD, assistant professor of department of social and human sciences Odessa Institute of Trade and Economics Kyiv National University of Trade and Economics (Ukraine, Odessa), [elena-s2008@ukr.net](mailto:elena-s2008@ukr.net)

#### Philosophical analysis of the comic and the carnival in fashion

The purpose of the article is to the philosophical analysis of the comic and the carnival in fashion. The representation of the comic in the carnival and its staging is observed. Two aspects of the comic is accentuated: senseless (that is devoid of common sense) and the ugly (opposition towards other aesthetic categories). The comic carnival staging which is related to dressing is analyzed. Carnival is considered as fashion and modern social track (ritual performative approach by Christoph Wulf). The main reasons of dressing: zoomorphic, anthropomorphic, transvestite, infernal, dressed as clowns are observed. The representation of senseless and ugly in current fashion space through the mechanisms of the carnival culture is grounded. Applicability of philosophical aspect of the comic and the carnival in fashion is demonstrated, that will help to enrich the social and philosophical analysis of space fashion and will open the new prospects for research of this issue.

**Keywords:** dressing, social image, carnival, comic, fashion, staging, semantics clothing, visual semantics.

**Скалацкая Е. В.**, кандидат философских наук, доцент кафедры социально–гуманитарных дисциплин, Одесский торгово–экономический институт Киевского торгово–экономического университета (Украина, Одесса), [elena-s2008@ukr.net](mailto:elena-s2008@ukr.net)

#### Философский анализ комического и карнавного в моде

Цель статьи заключается в философском анализе комического и карнавного в моде. Прослеживается репрезентация комического в карнавале, его инсценировка. Акцентируется внимание на двух аспектах комического: бессмысленном (то, что лишено здравого смысла) и безобразном (оппозиция по отношению к другим эстетическим категориям). Анализируются карнавные комические инсценировки, связанные с переодеванием. Рассмотрены карнавал и современная мода как социальные композиции (ритуал согласно перформативному подходу К. Вульфа). Прослеживаются главные мотивы переодевания: зооморфные, антропоморфные, травести, инфернальные, костюмы цутов. Обоснована репрезентация бессмысленного и безобразного в современном модном пространстве с помощью механизмов карнавной культуры. Демонстрируются возможности применения философского аспекта комического и карнавного в моде, что способствует обогащению социально–философского анализа пространства моды и позволяет раскрыть новые перспективы исследования данного вопроса.

**Ключевые слова:** переодевание, социальный образ, карнавал, комическое, мода, инсценировка, семантика одежды, визуальная семантика.

\* \* \*

УДК 008:312.421

**Ареф'єва А. Ю.**, асистент–стажист, Національна музична академія України ім. П. І. Чайковського (Україна, Київ), [annarefieva@yandex.ua](mailto:annarefieva@yandex.ua)

### СПЕЦИФІКАЦІЯ ОСВІТНЯНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ВИСТАВКОВО–БІБЛІОТЕЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРИ

Простір культури у його інституалізованих формах потребує певної специфікації, визначається в рамках тих чи інших культурних артефактів, сфер діяльності, концепцій проведення цієї діяльності та ін. Проте такі інституції культури, як освіта, книжкова діяльність, яка пов'язана з широким комплексом

виставково–бібліотечної діяльності, архівними установами, виставками книжкової індустрії, книжок, що знаходяться в бібліотеках, генерують потенціал культури, а також визначаються в рамках культурно–естетичного потенціалу освітянських технологій.

**Ключові слова:** культура, глобалізація культури, освіта, бібліотечні та архівні установи.

Простір інституалізації культурних практик змінюється після 1990 року в контексті комерціалізації освіти, різко змінюється сама специфіка освіти. Так, набуває широкі ознаки саме рекламно–комерційний простір, де кожен ВНЗ, кожна освітянська установа починає не лише рекламувати, але й проводити самостійну концепцію життя своєї установи в рамках конкурентоздатності тих чи інших освітянських технологій. Проте, такі глобалізуючі тенденції, як болонський процес, а також потреба після широких жестів демаркацій і набуття незалежності різними країнами бувшого СРСР, легітимізують своєї діяльності, хоча б визнання дипломів різних ступенів освіти, потребує консенсусу, узгодження, а водночас визнання еквівалентності тих модулів, форматів технологій, які існують в освітянському просторі.

Проте можна сказати, що освітянський, виставково–архівний, книжково–бібліотечний типи діяльності є більш вивченими та більш визначеними саме в рамках глобалізаційних процесів, бо вони мають суто предметні, об'єктні характеристики, що пов'язані з планами, навчальними програмами, з просуваннями на ринок тих чи інших підручників, посібників, а також з певними загальними тенденціями генерації освітянського потенціалу в цілому.

Проблема глобалізації культури в контексті інституалізації її технологій вивчалася в роботах В. Андрущенко, Ю. Пивовара, П. Смітта, К. Беррі, А. Пулфорда та ін. [1; 3; 4], адже мало визначені філософські та культурологічні аспекти формування культурних агломерацій.

Мета статті – визначити соціокультурні детермінанти формування культурних технологій в освіті, бібліотечній та архівній діяльності в контексті глобалізаційних процесів культури сучасності.

Болонський процес стає інтегративним фактором еднання різних освітніх тенденцій розвитку шкіл національних культур у контекст більш широкої, глобальної, інтегральної реальності освіти. Який вона має характер – це вже інша проблема. Зростають саме інструктивні, якщо не маніпулятивні тенденції контролю навчального процесу, що пов'язані з рубрикацією, тестуванням і іншими формами вимірювання знань. Адже в певній мірі це анігілює саме творчий характер навчання, коли суб'єктно–суб'єктний вимір підмірюється суб'єктно–об'єктним, а частіше всього об'єктно–об'єктним, де суб'єкт освіти виглядає як певний дискурс або структура, що презентується тим чи іншим інформаційним джерелом (об'єктним виміром освіти). Це загальні тенденції, їх важко уникнути, але наша проблема – лише характеризувати деякі їх риси, щоб зазначити ці тенденції в рамках широкого глобалізаційного інтеграційного процесу освітянських технологій, пов'язаних з книжковою діяльністю в цілому.

Це архівні, виставкові, бібліотечні і ін. процеси діяльності розповсюдження інформації, книжково–ярмаркових і інших презентацій в умовах глобалізації культури. Важливо зазначити, що у просторі культури, який визначається як пострадянський, тобто в рамках країн СНД, виникають перманентні конфігурації або субструктури культурного значення, які стають паліативами відтворення тих знищених системних зв'язків, які існували раніше

в рамках ЄСРП. Це Міжнародний фонд гуманітарного співробітництва держав-співучасників СНД (МФДС), він виникає у 2006 році і створює раду з гуманітарного співтовариства. Це Форуми творчої та наукової інтелігенції, які теж намагаються, починаючи з 2005 року проводити свою діяльність саме в рамках наведення зв'язків між культурами окремих незалежних національних держав. Перший форум відбувся у Москві у квітні 2006 року, другий форум проведений у 2007 році в Астані, третій – у 2008 році в Душанбе, четвертий в 2009 році – в Кишиневі [3]. Тобто головним завданням форуму є взаємодія і намагання створення того діалогу культур в рамках співтовариства, який стає компенсаторним механізмом і своєрідним запереченням всіх тих реалій, які виникають в рамках несприйняття цінностей національних культур, ксенофобії, екстремізму тощо.

Широко розповсюджується інформаційні сфери літератури, книговидавництва, інформаційного сектору. Так, об'єм книжкової мережі, тобто торгівлі між країнами СНД не лише знизився, але і втратив свій потенціал, який існував раніше. Це призводить до того, що видавництво книг, торгівельні ланцюги концентруються в регіональних центрах, крупних містах. Ринок освітніх послуг в сфері книговидавництва і поліграфії надзвичайно сегментований і фрагментований. Виникає проблема спільності мов, російська мова традиційно виглядає тут метамовою, але це не завжди спрацьовує в рамках тих країн, які намагаються усіма силами усунути її за межі свого комунікативного простору.

Маса інформації, що видається у вигляді різних системних блоків, будь-то книга, ТБ-інформація, призводить до того, що інформаційний простір переходить в рамки сітєвих, дигітальних, віртуальних технологій, книга усувається з ринку і стає не настільки актуальним носієм інформації, як це було раніше. Створюються своєрідні асоціації Російського книжкового союзу, Українська асоціація книговидавників, що дають можливість не лише обміну інформацією, досвідом, але й обміном самою продукцією, яка компенсує нестачу тих зв'язків, що виникла після розпаду ЄСРП.

В сфері освіти виникає дві тенденції, які дуже схожі на тенденції виставковій та фестивалній діяльності. Це системи дезурбаністичні, коли кожен ВНЗ виживає самотужки, орієнтований на бізнес-план, який він виробляє як суб'єкт освітнянської діяльності, і урбанізаційні процеси, пов'язані з болонським процесом і загальною тенденцією уніфікації освіти.

В складному перетині цих двох взаємокоролуючих тенденцій виникає вся та строката проблематика, яку важко визначити однозначно. Можна стверджувати, що в рамках СНД формується цікавий простір, який відбиває тенденції, орієнтовані на інтегративність в освітнянській сфері. Так, у рамках Шанхайської організації утворюється своєрідний освітнянський центр, який намагається в рамках освіти проводити інтегративні проекти. Так, утворюються своєрідні домовленості щодо здійснення загального освітнянського простору. Це пов'язано з широким напливом китайських студентів в Росію, Україну та ін. країни, а також з тим, що освіта в Росії та Україні є дешевішою, ніж в Європі.

Таким чином, на самітах ШОС, які періодично відбуваються, створюються домовленості з проблем освіти. Так, 15 червня 2006 року на саміті ШОС в Шанхаї

було підписано домовленість щодо освіти. Створення єдиного Освітнього центру – це унікальна система, яка дає можливість єднання потенціалу багатьох країн. На жаль, Україна поки що виведена за межі цього процесу, найбільшу активність проявляє Китай, Росія, Казахстан та ін. В більшості освіта має саме ті формати економічних зв'язків, які пов'язані з широкою комерціалізацією освітнянських послуг. ВУЗи, які залучають до своїх стін тисячі китайських студентів, утворюють епіцентри впливу освітнянських технологій. Утворюються Слов'янські Університети ШОС. Все це дає можливість зазначити освіту в рамках ближнього і дальнього зарубіжжя і говорити про ті процеси, які відбуваються в освітньому просторі [3].

Головним для ШОС і для країн, які приймають участь в загальному обміні інформаційного простору освітнянських послуг, є створення постійного моніторингу системи освіти, розвитку вищої школи, ринку праці. Важливо, однак, що подібна узгодженість має поки що декларативний характер, цей процес ще не вилився в жодний документ щодо узагальнення і приведення освітнянських документів єдиного інформативно освітнянського центру. Адже головним є те, що формуються найголовніші вектори освітнянських технологій: входження в болонський процес, а також створення інтегративних проектів в пострадянському просторі через механізм двосторонніх і багаторівневих зв'язків.

Зрештою, освітнянська інтеграція в рамках ШОС пов'язана з узагальненням культурно-історичного потенціалу, який мають всі країни. Інформаційний вимір теж структурується в рамках єдиної інтелектуальної інформаційної реальності або простору. Виникає єдиний стандарт цифрового віщання, а сама пов'язаність країн через інтернет і обмін інформацією дає можливість зазначити, що інформаційна будова і формування освіти, а також її трансформація і орієнтація на ринок послуг, ринок праці.

Важливо визначити пріоритети глобалізації освітнянських технологій, які потребують моніторингу, оцінки і переоцінки освітньої діяльності. Отже, якщо ідеться про інституалізацію всіх цих сфер в рамках пострадянського, європейського, планетарного простору, що виходять на різні інформаційні технології, то, звичайно, тут спрацьовують принципи і методи, які визначаються як інформаційний, маркетинговий, системний. Так, інтегровані маркетингові комунікації пов'язані з рекламою, широким пресингом інформації.

Сутність інтегрованих маркетингових комунікацій в освіті визначається тим, що відбувається інтенсифікація того системного комплексу культурних послуг, якими вони презентуються в рамках комплексу дій, пов'язаних з просуванням на ринок тих реалій, які презентують культурний продукт. Можна стверджувати, що виникає декілька рівнів або ярусів культуртоворчості: найглибшим є архів. Архів в широкому культурному розумінні і архів як текстовий феномен, який зберігається у бібліотеках та іншого типу архівах, які презентують джерела, що мають величезну культурну цінність.

Інформаційні та технологічні засоби презентації архівів, особливо сучасні цифрові презентації, тут мають уже другорядні значення. Архів як той феномен, який відкриває очі на багачення культури, дає можливість зазначити найфундаментальніші пласти цілісності

культури. Тобто інтегровані маркетингові комунікації культури – це певний синтез, де кожен з компонентів стає системним носієм культуругенезу, походження культурних цінностей, націленим на подолання проблем не поодиночці, а в контексті тих системних і надсистемних ознак, які вписуються в національні, наднаціональні, трансконтинентальні і ін. структури, субструктури та інституції культури.

Діючим механізмом презентації інформації стає виставка як ядро комунікативного впливу, що відкриває на певний час інформаційний доступ до архівних джерел та інших ресурсів, які презентуються в книжковій продукції. Можна стверджувати, що наступним рівнем після архівів стає рівень доступної інформації. Інформації більш широкої, більш відкритої. Вона не так глибоко віддалена в часі, але, все одно, презентується лише тим фондом, який зберігається в бібліотечному комплексі.

Наступний рівень – інформація культури сучасності, повсякдення, яка входить в простір комунікації. Тобто ми бачимо, як змінюється самі суб'єкти дискурсу, носії інформації, що презентують різні шари культуротворчості. Так, етнокультурний пов'язаний з глибинним шаром національної самосвідомості, суб'єкт нового часу, доби модерну і вже постмодерністський суб'єкт виходить на рівень сучасних комунікативних реалій. Ці три рівні стають технологічними ланцюгами, які презентують інформаційний простір саме в рамках його експлікативності. Вистава, презентація інформації або рекламна презентативність стають тим необхідним і достатнім механізмом, який відкриває доступ до інформаційного цілого.

Отже, об'єкт виставкової або презентативно-аплікативної діяльності передання інформації складається з наступних моментів. Це виставкові центри підприємства, організації, які можуть бути державними громадськими або іншими організаційно-правовими структурами, що регулюють розвиток комунікативної діяльності. Об'єкти діяльності – це все те, що входить у простір діяльності суб'єкта, якого ми визначили саме в рамках трьох культурних модальностей. У простір діяльності суб'єкта входить об'єктний простір презентативного комплексу на правах дискурсу, промови і на правах суб'єктно-суб'єктних відносин, коли здійснюється аура долання часу, сам суб'єкт як діяч культури оживає, стає носієм культури і в певній мірі переростає рамки об'єктної комунікації.

В цьому контексті інформаційно-комунікативного виміру глобалізаційних, інтеграційних процесів визначають такі ознаки інформаційного попиту: демографічні, що обмежені у часі, бюджетом, обмежені ментально. Це набір не є узагальнюючим, тим паче універсальним. Але демографічні обмеження характеризують саме культурно-рекреаційний потенціал, який орієнтований на особливості місця і на ту реальність культурної аури, яка визначається тим чи іншим просторовим контекстом.

Ментальні обмеження залежать від того, наскільки суб'єкт комунікації, в даному випадку комунікант, володіє інформацією як суб'єкт діяльності в цілому, наскільки він можливий визначити цю інформацію в контексті її універсальності та локальності. Тобто універсальність визначається її інтенсивністю, максимально використовуючи всі канали комунікації. Локальність презентує макрo характеристику, яка визначає особливості використання інформаційних ресурсів. Отже, ми бачимо

що такий простір системного бачення комунікативної презентативності інформації свідчить про інтегративність і про форми самоздійснення суб'єкта комунікативної діяльності в різних рамках: виставкової, презентативно-рекламної, пов'язаної з наданням послуг та ін. діяльності. Тобто виникає певний системний маркетинг-мікс діяльності яка визначається як культурний епіцентр формотворення різних можливостей суб'єктів цієї діяльності.

Отже, на наш погляд головною тут є саме фундаментальний, глибинний, визначний шар культуротворення, який на об'єктному рівні визначається як архів, тобто як те, що зберігає культуру у вигляді цілісності свого культурного потенціалу. Тобто вся діяльність з комунікації архіву як культурного цілого – це багатовимірна цілісність, яка визначається як пізнавальні, музейно-рекреаційні, історичні, мовні, етнографічні, релігійні і ін. цінності, які можна зазначити як ту ментальність, яка презентує вічне середовище, як архів, як фундамент існування культури і нації. Отже, будь-які інші реалії, іншокультурні впливи, пов'язані з культурацією, тобто проектуванням на архів іншого архіву, інших шарів, напластувань, нашарувань культури є елементами динаміки культуротворення. Культурація тут здійснюється як певний наддокумент, надреальність або біополітика, в сучасному вигляді, де всі форми презентації інформації виглядають як певне документування часу. Але цінність цих документів є різноплановою і абсолютно по-різному сприймається в контексті її вимірювання [2].

Важливою є креативність, трансформативність, вимір абсолютного, бо сама ця реальність дає можливість утворення тої аури, що свідчить про глобалізацію не як поверхової нівелюючий процес, а як своєрідну презентацію цілісності в різних формах її самоздійснення в універсальних, локальних або якихось інших координатах культурного буття. Тобто антитеза глобалізму, яку вбачають у національній культурі не завжди виглядає адекватно. Глобалізм може бути поверховим, нівелюючим, а може виглядати як інтенсифікація духовних витоків культури в цілому, що теж свідчить про тотальність, глобальність презентативного, комунікативного процесу архіву як надцінності часу, який зберігається у метачасі, в метачасі історії.

Виставка – комунікативний простір, або будь-яка акція, яка виносить цей час в простір комунікації, стає засобом визначення диспозиції культурних акторів, виникнення диспозитивів, протиставлення різних локусів, модусів культури, що і свідчить про розмаїття модальностей комунікативних реалій, які презентуються як реалії культурного будівництва і культурного діалогу. Тобто можна зазначити, що архів найбільш корелює з етнокультурою, з космосом як ладам, як певним зосередженням та концентрації інформації у вимірі культури того природного ландшафту, універсуму, який визначає ментальність того чи іншого культурного простору.

Отже, мандрування між архівом і сучасним комунікативним простором, дезархівація, або, навпаки, архівація сучасності – це своєрідний полісистемний, поліструктурний і надсистемний простір звернення до різних шарів, різних вимірів культури як такої.

Такі фахівці з комунікації, як П. Смітт, К. Беррі, А. Пулфорд визначають сім рівнів інтеграції:

«1) вертикальний – відповідність мети комунікації маркетинговим і загальним корпоративним цілям;

2) горизонтальний, функціональний набір – співмірність функцій бізнесу і маркетингових комунікацій серед різних підрозділів;

4) комунікативний набір – використання комунікативного інструментарію, для того щоб допомогти споживачеві переходити з одного етапу здійснення купівлі в інший, а також комунікативні інструменти, що мають передавати загальне повідомлення;

5) співмірність набору творчих заходів для дизайну (логотип, шрифт, колір тощо);

6) співмірність їх дій – використання зовнішнього і внутрішнього творчих підрозділів;

7) фінансовий – використання бюджету найбільш ефективним методом» [4, с. 264].

Тобто йдеться про те, що цей набір визначає лише комунікативні, тобто виміри презентації інтеграції інформації, але вони характеризують саме сучасний прагматичний підхід щодо просування культурного продукту на ринок та його презентативності в різних вимірах культурної діяльності. Епіцентром просування цього культурного продукту є книга в широкому світоглядному вигляді. Можна сказати, що книга як феномен культури – це модель світу, але книжкові виставки і взагалі весь простір діяльності, пов'язаний з презентацією книги як феномена культури, зокрема виставкової діяльності, визначається як своєрідна подія.

Отже, сама по собі така діяльність виносить архівну, бібліотечну діяльність за межі локальних, виставкових комплексів і презентує книгу як певний феномен культури в широкому її розумінні. Головне, що ЦНБ експонувала дуже широкий матеріал, який був розгорнутий в різних контекстах культурної презентації. В той же час презентувалися книги, які мають величезне значення як культурні джерела.

**Висновки.** Цей невеличкий опис дає можливість побачити і охарактеризувати той контекст, який формується як комунікативний вимір в рамках глобалізаційних, інтегративних і інших умов презентації інформації. Важливо зазначити, що цей контекст формується як складна реальність багатовимірною, широкою і комунікативною простору. Це інтегровані маркетингові комунікації, реклама, Інтернет – широка розгалуженість інформації в сільових та інших комунікативних сферах. Це локальні проекти розкриття архіву, локальні сфери зосередження архіву саме в тих стінах, які є носіями духовності.

Отже, локальна, універсальна, інтегративна і глобальна реальність одного і того самого феномену свідчить про той вимір, який здійснює специфікацію освітнянських технологій не лише на рівні засобів, а й на рівні ментальності, суб'єктно-об'єктних, суб'єктно-суб'єктних відносин комунікантів простору культури, який звужується і розширюється. Чим більше він розширюється, тим більше він звужується до носія інформації, який стає надцинністю часу. І ця надцинність свідчить про час, про вічність. Більш того, одвічність і ту глибинну презентативність культурно-історичного потенціалу, який стає засадою занурення в реалі тої чи іншої культури.

#### Список використаних джерел

1. Андрущенко В. П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть: Досвід соціально-філософського аналізу. – К.: ТОВ «Атлант ЮЕМСі», 2005. – 498 с.

2. Концепція виставкової діяльності Державного комітету архівів України та державних архівних установ // Вісник ДКАУ. – 2003. – Вип.4 (16). – 214 с.

3. Пивовар Е. И. Постсоветское пространство: альтернативы интеграции. Исторический очерк / Е. И. Пивовар. – СПб.: Алетейя, 2010. – 400 с.

4. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 219 с.

#### References

1. Andrushchenko V. P. Orhanizovane suspilstvo. Problema orhanizatsii ta suspilnoi samoorganizatsii v period radykalnykh transformatsii v Ukraini na rubezhi stolit: Dosvid sotsialno-filosofskoho analizu. – K.: TOV «Atlant YuEMSі», 2005. – 498 s.

2. Kontsepsiia vystavkovoї diialnosti Derzhavnoho komitetu arkhiviv Ukrainy ta derzhavnykh arkhivnykh ustanov // Visnyk DKAU. – 2003. – Vyp.4 (16). – 214 s.

3. Pivovar E. I. Postsovetское prostranstvo: alternativy integratsii. Istoricheskiy ocherk / E. I. Pivovar. – SPb.: Aleteyya, 2010. – 400 s.

4. Smit P. Kommunikatsii strategicheskogo marketinga / P. Smit, K. Berri, A. Pulford. – M.: YuNITI-DANA, 2001. – 219 s.

*Arevieva A. Yu., assistant-probationer, National of musical academy of Ukraine the name of Tchaikovsky (Ukraine, Kyiv), annarefieva@yandex.ua*

#### Specification of educational technologies and exhibition-library activity in terms globalization of culture

*Space of culture in his institutionalized forms requires a certain specification, determined within the framework of those or other cultural artefacts, spheres of activity, conceptions of realization of this activity and other However such institutes of culture, as education, book activity, that is related to the wide complex of exhibition-library activity, archived establishments, exhibitions of book industry, books, that are in libraries, generate potential of culture, and also determined within the framework of in a civilized manner-aesthetic potential of elucidative technologies.*

**Keywords:** culture, globalization of culture, education, library and archived establishments.

*Арефьева А. Ю., ассистент-стажист, Национальная музыкальная академия Украины им. П. И. Чайковского (Украина, Киев), annarefieva@yandex.ua*

#### Спецификация учебных технологий и выставочно-библиотечной деятельности в условиях глобализации культуры

*Пространство культуры в его институализированных формах требует определенной спецификации, характеризуется в рамках тех или иных культурных артефактов, сфер деятельности, концепций проведения этой деятельности и др. Однако такие институции культуры, как образование, книжная деятельность, которая связана с широким комплексом выставочно-библиотечной деятельности, архивными учреждениями, выставками книжной индустрии, книг, которые находятся в библиотеках, генерируют потенциал культуры, а также определяются в рамках культурно-эстетического потенциала просветительских технологий.*

**Ключевые слова:** культура, глобализация культуры, образование, библиотечные и архивные учреждения.

\*\*\*

УДК 159.923.2:316.3

**Михалик Л. П.,**  
викладач, Національний педагогічний  
університет ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), KuchL@i.ua

#### ДОСВІД НАЙБІЛЬШ ЕФЕКТИВНИХ СИСТЕМ ОСВІТИ У ВИБУДОВУВАННІ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНИХ СТРАТЕГІЙ САМОРОЗВИТКУ І САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

*Автором проаналізовано основні суперечності та недоліки в системі сучасної української освіти, виділено основні перекопи на шляху становлення національного педагогічного простору як середовища повноцінного сприяння особистісному саморозвитку та самореалізації кожного його суб'єкта.*

*Вивчивши педагогічний досвід найбільш ефективних систем освіти провідних країн Європи і світу (Фінляндія, Німеччина, Франція, США, Японія), їх переваг перед українською освітою в аспекті залучення прогресивного*