

Особливо яскраве вираження важливості ролі хаосу ми можемо споглядати в таких видах комп'ютерних мистецтв, як: дигітальна архітектура, програмний арт, інтерактивний арт, цифровий живопис, комп'ютерна музика, комп'ютерні ігри. Саме в цих видах комп'ютерних мистецтв було поєднано математичну красу випадковості та природну красу хаосмосу. Бо саме в комп'ютерних мистецтвах хаос перетворюється не тільки на предмет зображення, а стає цілим зароджуваним Всесвітом, в який занурюється споглядач твору завдяки новітнім технологічним засобам.

З розповсюдженням мережевих технологій комп'ютерне мистецтво стало доступним не тільки вузькому колу професіоналів та піонерам-операторам в комп'ютерних клубах, але й рядовому користувачеві, завдяки чому почався процес демаргіналізації числових мистецтв, створення сцен, виставок та почалось чітке відділення видів, жанрів та піджанрів з утворенням навіть окремих соціальних груп, підгруп та субкультур, в яких хаос перетворився не тільки на певний історичний мем пов'язаний з історією розвитку комп'ютерних технологій, але й новий вид комунікацій, побудованих за принципом фрактальної не детермінованої архітектури (прикл. Netsukuku), яка дарує свободу обміну інформацією та анонімності, що унеможливило контроль над подібними комп'ютерними мережами з боку третіх персон. Таким чином хаос стає естетосферою, яка в межах комп'ютерних технологій стала ейдетичним фундаментом комп'ютерних мистецтв, способом організації спілкування, методом та засобом творчої діяльності.

#### Список використаних джерел

1. Николаев Е. В. Цифровое фрактальное искусство: манифестации философских и художественных смыслов // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №2 (45). – С.326. // Nikolaev E. V. Cifrovoe fraktal'noe iskusstvo: manifestacii filosofskih i hudozhestvennyh smyslov // Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya. – 2014. – №2 (45). – С.326.
2. Кроновер Р. М. Фракталы и хаос в динамических системах. Основы теории // Постмаркет. – М., 2000. – С.352. // Kronover R. M. Fraktaly i haos v dinamicheskikh sistemah. Osnovy teorii // Postmarket. – М., 2000. – С.352.
3. Crampton, Thomas. For France, Video Games Are as Artful as Cinema. New York Times. 2 November 2006. [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.nytimes.com/2006/11/06/business/worldbusiness/06game.html>
4. Elaine Walker. Chaos Melody Theory [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.ziaspace.com/elaine/chaos/ChaosMelodyTheory.pdf>
5. Nitica Sakharwade, Sayak Dasgupta. A simple experiment demonstrating the connection between chaos and music [Електронний ресурс]. – URL: <https://arxiv.org/abs/1411.5334>
6. Thomas Dreher. History of Computer Art [Електронний ресурс]. – URL: [http://iasl.uni-muenchen.de/links/GCA\\_Ind](http://iasl.uni-muenchen.de/links/GCA_Ind)

*Volynets A. A., PhD, senior lecturer in social sciences and their teaching methods, Chernihiv Regional Institute of Postgraduate Education named Ushinski (Ukraine, Chernigov), orientir777@mail.ru*

#### Chaotic as an esthetic principle of computer art

*While treating computer art as a marginal cultural phenomenon without giving sufficient attention to its great potential, we lose the opportunity to look at a perspective of art development in general, since computer arts give new space for creation and blur the lines between the artist's world and the observer's reality, and sometimes destroy difference between reality, artwork and fiction.*

*With the spread of technologies, which have become an integral part of modern world, chaos has been one of the key ontological categories not only in development of computer technology, but also in creation of new kinds of artistic work in digital art.*

**Keywords:** Chaos, computer art, numerical art, digital art, fractal, computer game.

\* \* \*

УДК 1:572:130.2

**Гансова Е. А.,**  
доктор філософських наук, професор, професор  
кафедри філософії, соціології та менеджменту  
соціокультурної діяльності, Південноукраїнський  
національний педагогічний університет  
ім. К. Д. Ушинського (Україна, Одеса),  
elena-s2008@ukr.net

#### ПРОСТІР МОДИ В КОНТЕКСТІ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОСТІ

*Мета статті полягає у розкритті перспектив дослідження простору моди в контексті міждисциплінарності. Виокремлено головні теоретичні доробки низки гуманітарних наук. Аналізуються дефініції категорії «соціальне», що дозволяє визначити простір моди як мережу соціальних відносин, які нашіаруються один на одне і створюють нові види соціальних практик. Автор доходить висновку, що у просторі моди суспільні відносини завжди взаємозумовлені та взаємозалежні. Простежено соціальність простору моди, її розкриття у філософських та соціологічних теоріях. Обґрунтовано, що міждисциплінарне знання надає не тільки комплексне бачення об'єкта, але виявляє значні прикладні можливості, пов'язані з розробкою соціальних технологій, засобів впливу на масову свідомість і поведінку. Підкреслено, що комунікаційні процеси, які впливають на розширення соціального простору моди, прискорюють успадкування її цінностей і розповсюдження масових цінностей. Демонструються можливості застосування міждисциплінарного контексту для дослідження простору моди.*

**Ключові слова:** простір моди, соціальне, суспільні відносини, міждисциплінарність, соціальні практики, масова поведінка, цінності.

Дослідження соціальних явищ у міждисциплінарному контексті дозволяє отримати різнобічне уявлення про об'єкт, надати науковому знанню одночасно фундаментальний і прикладний характер. Одним з таких міждисциплінарних об'єктів дослідження є простір моди, його функціонування, поширення в соціумі. Поняття «мода» відноситься до різних видів людської життєдіяльності – способу життя, поведінковим стереотипам, мистецтву. Мода є частиною тих соціальних феноменів, які є одночасно продуктом цінностей культури, спілкування і взаємодії. Поширюючи свої ідеї у соціумі мода створює певний простір, охоплює маси, породжує особливий тип культури («масову культуру»). Наукове обґрунтування цього різноманіття проявів моди здійснюється у межах низки наук, оскільки її дослідження у певному аспекті створює однобічність, яка долається за допомогою міждисциплінарного контексту.

Мода є областю дослідження багатьох гуманітарних наук: філософії, соціології, культурології, історії костюма та інших. Більшість теорій генезису і дифузії моди виникли саме у межах соціологічного осмислення даного феномену. В теоріях Р. Барта, П. Блау, Р. Блумера, Ж. Бодрійяра, Р. Бурдьє, Ж. Липовецького, М. Мизраши, Е. Гидденса, В. Зомбарта, Т. Веблена, та багатьох інших дослідників, ми знаходимо філософсько-соціологічне проникнення в простір моди. У цих теоріях розкриваються економічні, естетичні соціальні чинники розвитку та розповсюдження моди. Окремо слід зазначити роботи сучасних українських дослідників: Ю. Г. Легенського, Г. М. Куц, О. В. Скалацької, які розкрили цей простір з різних міждисциплінарних контекстів.

Метою статті є розкриття перспектив дослідження простору моди в контексті міждисциплінарності.

Досвід інтеграції наукового знання дозволяє простежити деякі закономірності. Першою з них ми вважаємо усвідомлення вченим необхідності конструювання знання, орієнтованого на соціально важливі цілі,

на можливість його практичного застосування зі збереженням його об'єктивності. Таке бачення мети призводить до появи соціології, яку слід вважати спеціально-науковим філософським знанням.

Сучасне знання, що випробувало вплив соціології, придбало наступні особливості: особистісний, інтер-суб'єктивний підхід до розуміння сутності соціального; закони поведінки соціальних акторів опиняються в центрі уваги дослідників; формується аксіологічно орієнтований тип гуманітарного знання, характерними ознаками якого є антисциентизм, психологізм, рефлексія; переважає індуктивна-сілогістична логіка побудови теорії; теорія втрачає каузальну спрямованість і набуває дескриптивний (описовий, констатуючий) характер.

Впровадження соціології в систему соціальних наук викликало хвилю дискусій про її статус у соціальному пізнанні і про її предмети. За час її існування у вітчизняній науці виникла можливість усвідомити, що соціологія принесла з собою не тільки методи і процедури конкретно-соціологічних досліджень. Можна стверджувати, що з соціологією виникає і новий соціально-гуманітарний, управлінський тип знання.

Другою проблемою, пов'язаною з міждисциплінарністю, є проблема визначення предмета такого роду знання. Виникає питання, як змінюється предмет кожної дисципліни в результаті її злиття з іншою областю знання. Саме тому при визначенні предмету міждисциплінарного знання важливо враховувати той зріз досліджуваного об'єкта, ті його сторони, ті проблеми, які привернули увагу вченого.

Для формування предмету синтезованого знання необхідно обґрунтувати причину наукового інтересу до даної області дійсності та важливість нового знання для розуміння законів функціонування соціального цілого (суспільства, особистості, соціальної групи, держави і т.д.).

Кожний елемент інтегрованого знання виконує в ньому свої функції. Так, філософія дозволяє зберегти причетність конкретної дисципліни до гуманітарного циклу наук, до гуманітарної культури. Філософське мислення є показником наукової ерудиції, системного бачення об'єкта, а також надає можливість прогнозувати його розвиток. У свою чергу соціологія, економіка, право конкретизують філософське бачення соціального цілого, фокусуючи увагу на моментах перетворення загальних закономірностей в особливі явища, конкретні форми. Абсолютизація особливого, його протиставлення спільній (загальній тенденції розвитку), призводить до важливих прорахунків у стратегічному управлінні. Філософська теорія суспільства також необхідна соціології при отриманні висновків і узагальнень з емпіричних досліджень. Інакше вони будуть «зведені» до простої інтерпретації колективної свідомості, залишаться на рівні буденного знання.

Вище перелічені особливості міждисциплінарного знання необхідно враховувати при дослідженні простору моди. Сучасний дослідник А. Б. Гофман обґрунтовує положення про виключно міждисциплінарний контекст дослідження простору моди, оскільки кожна наука не здатна у повному обсязі розкрити «якусь грань цього багатогранного явища» [4, с. 10]. О. В. Скалацька для розгляду простору моди у соціально-філософському аспекті систематизує наявні теорії за чотирима

напрямами. Перший напрямок складають дослідження естетики, мистецтвознавства, антропології, теорії костюма, які акцентують увагу на візуальному образі індивіда та його семантиці. Другий напрямок присутній у психології та іміджології, які розглядають моду як механізм створення візуального образу індивіда та містять переважно практичний аспект. Існують дослідження у межах соціології, економічної теорії, психології, які визначають моду як продукт виробництва та споживання – вони складають третій напрямок досліджень. Інтеграція вищеперелічених підходів відбувається у четвертому напрямку, який у переважній більшості представлений у межах соціології та філософії [9, с. 12–13]. О. В. Скалацька зазначає, що «усі ці напрямки знаходяться в динамічній взаємодії, на взаємному перетині і утворюють нові аспекти дослідження» [9, с. 13] простору моди.

Одним з прикладів інтегративного знання, яке здатне розкрити нові перспективи розгляду простору моди є поява такої дисципліни як економічна соціологія. Предметом економічної соціології стають закони поведінки і взаємодії людей в економічній сфері. К. Маркс відносини власності трактував як відносини залежності та влади, опосередковані власністю на знаряддя праці та засоби виробництва. Враховуючи особливостей свого предмета, соціологія, зосереджується на суб'єктивних, особистісних факторах виробництва, обміну, споживання і розподілу. Об'єктами дослідження економічної соціології знаходяться питання мотивації і стимулювання трудової діяльності та споживання; соціальні наслідки монетарної політики та політики розподілу доходів. Всі ці питання можуть бути застосовані при дослідженні простору моди. Для цього достатньо звернутися, наприклад, до соціально-економічної теорії моди В. Зомбарта, в якій проведено аналіз трудової діяльності як особливого виду соціальних відносин між індивідами і різноманітними соціальними групами.

У міждисциплінарному контексті набуває новий сенс питання розподілу матеріальних благ. Дж. Ролз у своїй праці «Теорія справедливості» пов'язує розподільчі відносини з поняттями справедливості і рівності [8]. У передмові до своєї роботи автор звертає увагу на міждисциплінарний контекст даного дослідження: «книга відбиває міждисциплінарний характер, як праця, що написана на межі політичної філософії, політичної економії, соціології, етики, із залученням сучасної аналітичної філософії, теорії ігор і рішень» [8, с. 5].

В межах міждисциплінарного контексту також змінюється зміст іншої економічної категорії «споживання». У колективній монографії «Економічна соціологія», виданої під редакцією В. Е. Пилипенко, категорію «споживання» визначено як «...цілеспрямоване використання предметів для задоволення потреб, що є основою і визначальною характеристикою соціальності» [7, с. 9]. Таким чином, споживання безпосередньо пов'язано з соціальністю, яка формує підґрунтя генезису простору моди. Споживання «пронизує всі сфери суспільного життя, що опосередковує усі види людської діяльності» [7, с. 9]. Мода як споживання так само взаємопов'язана з усіма сферами суспільного життя.

Специфіку споживання в сучасному суспільстві характеризують Р. Барт, Ж. Бодрійяр, Дж. Гелбрейт,

О. Тоффлер та інші. Ж. Бодрійяр у своїй роботі «Система речей» зазначає, що споживання є «в тій мірі, в якій це слово взагалі має сенс, є діяльністю систематичного маніпулювання знаками» [1, с. 164]. У даному випадку, речі «призначені не для того, щоб ними володіли і користувалися, але лише для того, щоб їх виробляли і купували... – весь цей «соціальний устрій виробництва» заволодіває «інтимним світом споживача і його свідомістю» [1, с. 135]. Простір моди Ж. Бодрійяр так само характеризує за допомогою категорій знаку, споживання, симуляру.

За своєю природою простір моди є соціальним. Категорія «соціальне» містить сенси, розгляд яких допомагає зрозуміти специфічні особливості соціального простору моди. Дефініція соціального в роботах М. Вебера є раціоналістичною та ґрунтується на наступних положеннях: а) ясності соціального для учасників соціальної взаємодії та соціального дії; б) універсальності соціального, що поглинає економічне, політичне, психологічне; в) індивіди (актори) рефлексують свою діяльність [3].

Сучасний дослідник А. Н. Яценко підкреслює, що «категорія «соціальне» характеризує особливий аспект суспільних відносин, який входить в економічні, політичні, духовні відносини суспільства» [10, с. 33]. Простір моди представляє собою складне переплетіння соціальних відносин, які нашаровуються один на одне і створюють нові соціальні простори і види соціальних практик. Доповнює розуміння специфіки цих відносин справедливе зауваження Є. Р. Борінштейна щодо можливості категорії «соціальне» «відображати спільність життєдіяльності людей як взаємообумовленість та взаємозалежність...» [2, с. 46]. Так, в просторі моди будь-які види відносин виробництва і споживання, створення ідей, їх матеріальне втілення і їх подальше наслідування, копіювання, формують масову поведінку, яка завжди є взаємозумовленою та взаємозалежною. Аналіз цього різноманіття суспільних відносин здійснюється у межах низки соціальних наук.

Соціальність простору моди постала поштовхом для формування теорій генезису моди. Проникнення в сутність моди, розуміння процесу її зародження ми знаходимо в роботі Р. Блумера «Суспільство як символічна взаємодія». На думку автора: «формування значень – це комунікативний процес, що розвивається, у процесі, під час якого індивід помічає предмет, оцінює його, надає йому значення...» [13, р. 31].

Серед цих теорій особливо слід зазначити саме ті теоретичні конструкції, які були спрямовані на розкриття специфіки простору моди у міждисциплінарному контексті. Це теорія наслідування, представлена в роботах Р. Спенсера, Р. Зімеля, Ж. Бодрійяра, та соціально-економічна теорія моди, розкрита в дослідженнях Т. Веблена і В. Зомбарта. Чинник наслідування постає основним джерелом моди в концепції Дж. Бодрійяра, оскільки «симулякри стирають відмінність між знаками та реальністю [11, р. 4]. Вживання концепту «симулякр» виводить теорію наслідування на новий рівень: відбувається не лише копіювання візуального образу і поведінки певних соціальних груп, але і розмивання сенсів самого діяння, його відсторонення від реального соціального простору.

Міждисциплінарний контекст простору моди дозволяє розробити класифікацію теорій моди. Так, М. І. Кілошенко наголошує на існуванні шести таких теорій: автократичної, мотиваційної (П. Ністром, Дж. К. Флюгель, І. Блох, Е. Фукс, Р. Барт), еволюційної (Дж. Герд), подієвої, соціокультурної (А. Сміт, І. Кант, Г. Спенсер, Г. Тард, Г. Зіммель), соціально-економічної (Т. Веблен, В. Зомбарта, П. Бурдьє, Ж. Бодрійяр, Ж. Липовецький) [6, с. 47].

Соціологія постмодернізму аналізує простір моди в контексті різноманіття її проявів у соціумі і суспільних відносин. Завдяки моді простір і час стають соціальними. Е. Гідденс надає пояснення стосовно явища, у якому «помітно схожі соціальні практики можуть існувати в різні проміжки часу і простору». Він підкреслює, що «...структура існує тільки у руху і за допомогою дій соціальних агентів» [15, р. 89]. Ці важливі особливості моди отримали свій розвиток у багатьох теоріях. Так, час розглядається у онтологічній (за допомогою категорій темпоральність, мінливість та інших) та соціальній площині (за допомогою події та ситуації). Темпоральність моди пов'язана з її соціальністю та акцентує увагу на змінах, які сприяють трансформації простору моди, отже, і інших сфер життєдіяльності індивіда.

Французький соціолог Ж. Липовецький фіксує тимчасові параметри моди і демонструє їх залежність від соціальних детермінант. На його думку, «епоха моди» є найважливішим соціальним фактором. Мода створює «відкритий публічний простір...» [16, р. 6]. Інший французький філософ П. Бурдьє трактує соціальний простір як продукт ментальності груп, які змагаються одна з одною [14, р. 14]. Важливе значення при розкритті соціального простору моди отримує розгляд питань естетичного смаку, культурних уподобань різних груп суспільства. Об'єднанню індивідів сприяють смакові переваги, що є функцією інтеграції, яку виконує мода. Таким чином, перемога певної групи означає є перемогу моди, яка пов'язана з її ментальністю, цінностями, смаками.

Соціальна просторово-тимчасова обумовленість впливає на утворення другої важливої особливості моди, на якій акцентує увагу соціологічна наука. Цією властивістю є здатність простору моди впливати на формування колективних цінностей. На думку П. Блау, даний процес впливає, на розширення діапазону взаємодії у межах соціального простору і часу [12, р. 263–264]. Так само розширення простору моди сприяють процеси глобалізації та інформатизації, різноманітні сучасні види комунікації розширюють простір моди, а мода, в свою чергу, розширює свій простір. Комунікаційні процеси, що впливають на розширення соціального простору моди, прискорюють успадкування її цінностей і розповсюдження масових цінностей. Таким чином формується соціальний простір, який відрізняється ціннісною орієнтацією в соціальних відносинах між групами, які його утворюють.

Саме масовидність моди дозволяє визначити її як факт, згідно з визначенням Е. Дюркгейма. Це – масовидність, наявність певної рефлексії в суспільстві (ставлення до моди в масовій свідомості), перетворення моди в елемент соціального середовища, якому актори змушені слідувати, вплив якого вони не здатні ігнорувати.



Міждисциплінарний контекст, окрім теорій, що дозволяють обґрунтувати простір моди, пропонує низку методів, які розкривають специфіку функціонування моди у соціумі. Так, С. Л. Катаєв зазначає формування постмодерністської методології і стверджує, що посткласичні альтернативи «включають в себе інтерактивність, холізм, поліфундаментальність, додатковість, нестационарність, синергетизм» [5, с. 39].

Мода володіє власними функціями, які роблять вплив на соціальну систему. Соціальність простору моди розкривається і за допомогою функцій. Мода є продуктом масового зараження, навіювання, наслідування, вона сприяє інтеграції і диференціації, комунікації, формуванню певного стилю життя, зразків у сфері культури, поведінкових зразків і т.д. Р. Блумер виділяє сім основних функцій моди, що визначають її як: невинну гру; механізм, що дозволяє позбутися від влади звичаю; форму ризику, пов'язаного з нововведеннями; форму, що дозволяє демонструвати «Я» індивіда; маскування сексуальних інтересів; відмежування елітних класів; ідентифікацію індивідів. Сучасний дослідник А. Б. Гофман доповнює перелік функцій моди наступними: створення і підтримання одноманітності і різноманітності в культурних зразках; інноваційна, комунікативна; соціальної диференціації та нівелювання; соціалізації; престижна; психофізіологічної розрядки [4, с. 176–181].

Соціальний простір моди розкривається за допомогою низки міждисциплінарних питань. Звуження розуміння специфіки моди виключно як простору трудових відносин, виробництва і споживання, втрачає її важливі соціальні контексти, пов'язані з самореалізацією індивіда, спадкуванням, створенням індивідуального іміджу. Міждисциплінарне знання надає не тільки комплексне бачення об'єкта, але виявляє значні прикладні можливості, пов'язані з розробкою соціальних технологій, засобів впливу на масову свідомість і поведінку в різноманітних сферах суспільства.

Розгляд простору моди в контексті міждисциплінарності дозволить використовувати теоретичні підходи та методологію для пояснення численних соціальних практик у повсякденному житті, з якими пов'язаний цей простір та продемонструвати застосування наукових знань як засобів впливу на поведінку соціальної організації.

#### Список використаних джерел

1. Бодрийяр Ж. Система вещей; [пер. с фр. С. Зенкина] / Ж. Бодрийяр. – М.: Рудоміно, 1995. – 174 с.
2. Борінштейн С. Р. Особливості соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства: Монографія / С. Р. Борінштейн. – Одеса: Астропринт, 2006. – 400 с.
3. Вебер М. Избранные произведения; [пер. с нем Ю. Н. Давыдов] / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
4. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.
5. Катаев С. Л. Постмодернизм как методология современного обществознания / С. Л. Катаев // Социальные технологии: актуальные проблемы теории та практики: Міжвузівський збірник наукових праць. – Одеса: Астропринт, 2000. – Вип. 6–7. – С. 39–42.
6. Килошенко М. И. Психология моды / М. И. Килошенко. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 320 с.
7. Пилипенко В. Е. Экономическая социология: учебное пособие / В. Е. Пилипенко, Э. А. Гансова, В. С. Казаков. – К.: МАУП, 2002. – 296 с.
8. Ролз Дж. Теория справедливости; [пер. с англ. В. В. Целищева] / Дж. Ролз. – 2-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 536 с.

9. Скалацька О. В. Мода як соціальний феномен: перформативно-просторовий підхід: монографія / Олена Віталіївна Скалацька. – Одеса: Печатный дом, 2016. – 242 с.

10. Яценко А. М. Організаційно-культурні ресурси і механізми соціального управління (соціологічний аналіз): монографія / А. М. Яценко. – Одеса: Астропринт, 2003. – 208 с.

11. Baudrillard J. Simulations. – Translated by Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. – New York: Semiotext, 1983. – 164 p.

12. Blau P. Exchange and Power in Social Life. – New York: Wiley, 1964. – 352 p.

13. Blumer H. Society as Symbolic Interaction. – American Sociological Review, 1965. – 224 p.

14. Bourdieu P. In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology. – Cambridge: Polity Press, 1990. – 236 p.

15. Giddens A. The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. – Berkeley: University of California Press, 1984. – 402 p.

16. Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. – Princeton, N.J. University Press, 1987. – 288 p.

#### References

1. Bodrijar Zh. Sistema veshhej; [per. s fr. S. Zenkina] / Zh. Bodrijar. – M.: Rudomino, 1995. – 174 s.

2. Borinshtejn Je. R. Osoblyvosti sociokul'turnoi' transformacii' suchasnogo ukrai'ns'kogo suspil'stva: Monografija / Je. R. Borinshtejn. – Odessa: Astroprint, 2006. – 400 s.

3. Veber M. Izbrannye proizvedenija; [per. s nem Ju. N. Davydov] / M. Veber. – M.: Progress, 1990. – 808 s.

4. Gofman A. B. Mода i ljudi. Novaja teorija mody i modnogo povedenija / A. B. Gofman. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.

5. Kataev S. L. Postmodernizm kak metodologija sovremennogo obshhestvoznaniya / S. L. Kataev // Social'ni tehnologii': aktual'ni problemy teorii' ta praktyki: Mizhvuziv's'kyj zbirnyk naukovyh prac'. – Odessa: Astroprint, 2000. – Vyp. 6–7. – S. 39–42.

6. Kiloshenko M. I. Psihologija mody / M. I. Kiloshenko. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 320 с.

7. Pilipenko V. E. Jekonomicheskaja sociologija: uchebnoe posobie / V. E. Pilipenko, Je. A. Gansova, V. S. Kazakov. – K.: MAUP, 2002. – 296 s.

8. Rolz Dzh. Teorija spravedlivosti; [per. s angl. V. V. Celi-shheva] / Dzh. Rolz. – 2-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 536 с.

9. Skalac'ka O. V. Mода jak social'nyj fenomen: performatyvno-prostorovyj pidhid: monografija / Olena Vitalii'vna Skalac'ka. – Odessa: Pechatnyj dom, 2016. – 242 s.

10. Jacenko A. M. Organizacijno-kul'turni resursy i mehanizmy social'nogo upravlinnja (sociologichnyj analiz): monografija / A. M. Jacenko. – Odessa: Astroprint, 2003. – 208 s.

11. Baudrillard J. Simulations. – Translated by Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. – New York: Semiotext, 1983. – 164 p.

12. Blau R. Exchange and Power in Social Life. – New York: Wiley, 1964. – 352 p.

13. Blumer H. Society as Symbolic Interaction. – American Sociological Review, 1965. – 224 p.

14. Bourdieu P. In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology. – Cambridge: Polity Press, 1990. – 236 p.

15. Giddens A. The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. – Berkeley: University of California Press, 1984. – 402 p.

16. Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. – Princeton, N.J. University Press, 1987. – 288 p.

*Gansova E. A., Doctor of philosophical Sciences, Professor, Professor of the Department of philosophy, sociology and management of social and cultural activities of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky (Ukraine, Odessa), elena-s2008@ukr.net*

#### Space of fashion in the context of interdisciplinarity

*The purpose of the article is to reveal new perspectives in the research of fashion space in the context of interdisciplinary. The main theoretical developments of a number of humanities have been distinguished. The definition of the category «social» has been analyzed, that allows defining the space of fashion as a network of social relations, which are laminated on one another and create new types of social practices. The author comes to the conclusion that public relations are always interdependent and interrelated in the space of fashion. The social space of fashion, its disclosure in the philosophical and sociological theories has been observed. It has been proved that interdisciplinary knowledge provides a comprehensive vision of the object, it finds significant applied opportunities related to the development of social technologies, means of influence on mass consciousness and behavior. It has*

been emphasized that communicative processes which affect the expansion of social space of fashion, accelerate the succession of its values and distribution of values. The abilities of applying an interdisciplinary context for the research of fashion space have been demonstrated.

**Keywords:** space of fashion, social, public relations, interdisciplinary, social practices, mass behavior, values.

\* \* \*

УДК 004.738.5:316.3

**Воронкова В. Г.,**  
доктор філософських наук, професор, завідувач  
кафедри менеджменту організації та управління  
проектами, Запорізька державна інженерна академія  
(Україна, Запоріжжя), valentina-voronkova@yandex.ru

**Максименюк М. Ю.,**  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
менеджменту організації та управління проектами,  
Запорізька державна інженерна академія  
(Україна, Запоріжжя), marina.maximenuk@mail.com

**Нікітенко В. О.,**  
кандидат філософських наук, доцент кафедри  
іноземних мов та лінгвістичних комунікацій,  
Запорізька державна інженерна академія  
(Україна, Запоріжжя), vitalina2006@ukr.net

#### ІНТЕРНЕТ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, КРИТЕРІЇ, МЕХАНІЗМИ

*Представлено концептуалізацію глобального інформаційного суспільства, в контексті якої виявлено умови, які призвели до революційного етапу інформатизації суспільства. Проаналізовано прояви інформаційного суспільства у залежності від критеріїв, які використовуються для визначення інтелектуального рівня суспільства та з'ясовано місце і роль Інтернету як глобальної тенденції розвитку інформаціоналізму і мережевого суспільства. Методологія – системний, синергетичний, інституціональний методи і підходи, що дозволили проникнути в сутність глобального інформаційного суспільства. Виникненню нової глобальної інформаційної економіки сприяла поява нової організаційної форми – мережевого підприємства. Результат – розкрито, як Інтернет як нова, наднаціональна реальність змінює світ та веде до формування глобального інформаційного суспільства. Робиться висновок, що Інтернет як основа глобального інформаційного суспільства виступає джерелом зростання продуктивності праці і створення багатства у вік інформації.*

**Ключові слова:** глобальне інформаційне суспільство, Інтернет, інформаціоналізм, мережеве суспільство, інформаційні технології, глобальна інформаційна економіка, мережеве підприємство.

*Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.*

Стаття виконана як результат виконання завдань НДР «Удосконалення механізмів розвитку інформаційного суспільства як цивілізаційної парадигми розвитку сучасної України в умовах глобалізації» (0115U002343 (2015–2017 рр.).

*Актуальність теми.* Суспільство, у якому більшість працівників займається виробництвом, збереженням, переробкою і реалізацією інформації, отримало назву *інформаційного суспільства*. Процес інформатизації суспільства направлений на забезпечення всім його членам можливості доступу до надійних джерел інформації. Коли говорять про феномен інформаційного суспільства, то у якості його символів виділяють Інтернет, який перетворив нашу планету у «світове село», тимчасові переміщення багатомільярдних «гарячих грошей» із країни в країну, з континенту на континент і появу повсюдних транснаціональних корпорацій (ТНК). Глобальне інформаційне суспільство, що розвивається в світі та Україні, є важливою науковою, соціально-економічною і технологічною

проблемою світового рівня, так як концепція глобального інформаційного суспільства включає формування нових знань та їх подальшого використання на практиці. Глобальне інформаційне суспільство виступає головним трендом і пріоритетом глобального розвитку сучасної цивілізації XXI століття. Розробляючи концепцію глобального інформаційного суспільства, ми намагалися врахувати світовий і вітчизняний досвід, що підтверджується змістовними порівняннями еволюції інформаційного суспільства в глобальне інформаційне суспільство, що впливає на людський і соціальний розвиток, в основі якого сучасні інформаційно-комунікативні технології. Упровадження стратегії інформатизації суспільства та інформаційно-комунікативних технологій потребує подальшого виявлення закономірностей моделей (теорій, концепцій) інформаційного суспільства та їх впливу на розвиток людського капіталу. Трансформаційні процеси переходу від інформаційного до глобального інформаційного суспільства впливають на всі сфери життєдіяльності суспільства – економічну, політичну, соціальну, духовно-культурну, освітянську, так як використання інформаційно-комунікативних технологій приводить держави до вищого індексу конкурентоспроможності держав. Трансформаційні процеси переходу від інформаційного до глобального інформаційного суспільства в Україні та світі впливають на бізнес, роблячи управління більш інтелектуальним (гнучким, розумним), а діяльність, направленою на використання знань та інновацій. Формування концепції глобального інформаційного суспільства сприяє упровадженню стратегій формування нової освітньої парадигми, в основі якої акумуляція можливостей ефективного синтезу сучасних інформаційних технологій та передових технологій у глобальному вимірі, яка, за рахунок використання інформаційних технологій, стає більш масовою та ефективною. Формування концепції глобального інформаційного суспільства потребує мінімізації негативних наслідків впливу віртуальної культури на розвиток особистості та розробки нових вимірів інформаційної культури в Україні в період суспільних трансформацій в Україні, – відмічає В. Андрущенко [1].

Все це дає нам можливість зазначити, що тема є інноваційною і майже не розробленою в Україні, в результаті розвитку глобального інформаційного суспільства потребує формування нової і освітньої парадигми інформаційної освіти, в основі якого сучасні інформаційно-комунікативні технології. Дослідження трансформаційних процесів переходу від інформаційного до глобального інформаційного суспільства в Україні та світі та їх вплив на розвиток людського капіталу дають можливість довести, що трансформація інформаційного суспільства пов'язана з початком ери становлення розуму або ноосферно-інформаційного суспільства як фактора сталого розвитку.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спираються автори.* Дана тема є надзвичайно важливою науковою, соціально-економічною і технологічною проблемою світового рівня, так як концепція глобального інформаційного суспільства знаходиться в основі сучасних державних програм розвитку країн США,