

року. Проведення Євро -2012 пов'язують із наймасовішим волонтерським проектом в історії нашої держави. Переломним роком у становленні волонтерського руху для України став 2014 рік і на протязі ось уже майже п'яти років допомога армії та пораненим стала найбільш розповсюдженою.

В Україні війна... Військова справа завжди вважалася престижним заняттям, військові видатки – пріоритетними, військова міфологія – базовою частиною свідомості. Нас як біологічний вид не змінили ані умовиводи Руссо й Канта, ані гасла хіпі « Make love not war» . І допоки на планеті Земля буде існувати хоча б один безвідповідальний , авторитарний режим, вбивства людей виключити просто неможливо, тому і будуть існувати проблеми соціального характеру, психологічного, матеріального.

Про волонтерський рух в Україні сьогодні говорять у багатьох країнах світу, адже розквіт діяльності у нас припав на час особливих, військових подій. І волонтери вирішують початкові і болючі проблеми держави найбільш злободенними є адаптація мігрантів , боротьба з ізоляцією, допомога пораненим, допомога людям похилого віку, людям з особливими потребами. 23 % українців коли-небудь у житті займалися волонтерством, 9 % почали ним займатися протягом останнього року.

Попит на волонтерську працю зростає з кожним роком, але кожна країна має виробити власну модель регулювання волонтерської діяльності. Основоположні цінності волонтерства мають велике значення для досягнення Україною сталого майбутнього, адже дійсно, що це- потреба викликана часом.

У трактаті «До вічного миру» І. Кант розглядає досить багато питань і визначає війну як зло, яке важливим тягарем лягає на плечі народу.

Відомо, що 23 роки Україна не знала війни і ми пишалися тим, що у далекі вже 90-ті роки нам вдалося зберегти мир. Думаю, що сьогодні немає такої родини, яку так чи інакше не охопило полум'я військових дій, хто б не був причетний до події на Сході України. Відважні, мужні герої захищають кордони своєї батьківщини і це є свідченням справжнього патріотичного подвигу. Ми живемо нині у стані війни... І, на жаль, воїни, які перебувають на Сході країни потребують нашої допомоги, волонтерської підтримки . Священний обов'язок кожного українця – зробити свій посильний внесок у зміцнення обороноздатності країни, допомогти нашим захисникам матеріально, духовно, морально. Волонтери взяли на себе значну частину роботи і постійно допомагають воїнам АТО, добровольчим об'єднанням. Міжнародна спільнота й громадські організації надають величезну підтримку українському суспільству в лікуванні військових, які були поранені в боях на Сході України.

Наші воїни , а їх вже 630, одержали психологічну підтримку на реабілітацію у країнах світу, де якісна медицина і, відповідно, вищий рівень життя людей.

Волонтерські об'єднання повинні стати локомотивом, який би втягнув процес розбудови громадянського суспільства на належний рівень. Можна стверджувати, що злет волонтерського руху – це подія на майбутнє, це вирішення надважливих завдань, які ведуть до неухильної зміни країни. Волонтерство – це соціокультурне явище, пов'язане з розвитком цивілізації. І, думається, що незабаром станеться саме так, ми будемо жити в гідній країні, де створені умови для економічного процвітання, демократії та свободи.

Ми створимо суспільство комфорту.

Липченко Тетяна Степанівна

Львівський державний університет внутрішніх справ

ІНФОКУЛЬТУРОЛОГІЯ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Стаття присвячена аналізу поняття інфокультурології. Проаналізовано характерні риси та одиниці, які її презентують. Досліджено теоретичні аспекти діяльності інформаційної культури суспільства. Ключові слова: комунікативістика, інфокультурологія, інформаційна культура, соціокультурна політика, мас-медіа, соціальні комунікації.

Враховуючи функціонування комунікативістики та соціальних комунікацій, з одного боку, та культурології, з боку іншого, наукову дисципліну, що вивчає висвітлення мас-медіа соціокультурної політики, окремі вчені пропонують визначити як інформаційну культурологію або інфокультурологію [1, с. 351-352]. Висхідною методологічною передумовою при цьому виступає положення про те, що у словосполученні «інформаційна культура» провідним концептом є саме «культура», в той час як поняття «інформація» носить аспектологічний характер, тобто виконує функцію уточнюючої характеристики.

Але ж превалювання контексту інформації у функціонуванні комунікативістики та соціальних комунікацій призводить до того, що у даних дослідженнях переважає інформаційний підхід: власне, інформація розглядається як форма, як спосіб, як галузь, як засіб інформаційної діяльності. Причини домінування інформаційного методу слід вбачати в тому, що дана проблема прийшла в науку з інформаційної

сфери, а не зі сфери культури [2, с. 12]. Крім того, атрибутика даного методу достатньо розроблена, в той час як на культурологічний підхід падає тінь невизначеності, яка характеризує поняття «культура».

Визначення культурологічної парадигми в інфокультурології потребує в першу чергу відповідного погляду на сам об'єкт наукової дисципліни. Важливо зрозуміти, що саме онтологічно являє собою інформаційна культура, які одиниці її презентують. Виокремленням елементарної одиниці аналізу досліджуваного явища є обов'язковою методологічною процедурою. Для ідентифікації культури в мас-медіа пропонується висвітлення факту (або явища) культури або «культурного явища», під якими розуміють явища, значимі для людини, звернені до людської свідомості, які охоплюють смисл явища і оцінюють його.

Соціокультурна політика, що її впроваджують мас-медіа, більш конкретна і містить у собі два умовні плани. Перший – вона не просто значима для людини явище, але й явище, яке несе в собі цілком визначену ціннісну направленість. Другий – вона являє собою явище культури, яке містить значиму для людини і суспільства інформацію.

Якщо ж вважати, що явища культури – це дія, знаки і сукупності знаків (тексти), в яких зашифрована соціальна інформація, тобто започаткований у них людьми зміст [3, с. 29], то зрозуміти будь-яке явище культури – це означає не просто побачити в ньому щось суттєве, відчутти контекст, але й «невидимий», суб'єктивний смисл. Саме тому, що висвітленням соціокультурної політики мас-медіа виступає дія, знак, символ, текст, який потрібно не тільки спостерігати, але й усвідомлювати, воно стає фактом культури [4, с. 29].

Актуалізація проблематики явища культури як інформаційної цінності і являє собою специфіку інфокультурологічного підходу. Інформаційну культуру у відповідності з цим можна визначити як галузь культури, пов'язану з функціонуванням інформації у суспільстві і формуванням інформаційних якостей особистості. Зрозуміло, що подане у найбільш загальному вигляді визначення потребує уточнення і конкретизації [4, с. 90-94].

Інфокультурологія – це наукова спеціальність, яка вивчає інформаційну культуру із сукупністю її практичної і пізнавальної сфер. Вона розглядає коло теоретичних проблем (визначення понять, осмислення природи, структури, функцій, виявлення взаємозв'язків з іншими науковими дисциплінами); вивчає інформаційну культуру у всій її глибині та складності (різновидності, напрямки, рівні). Вона забезпечує необхідну інтеграцію різноманітних рівнів дослідження інформаційної культури, їхні взаємозв'язків та взаємозалежностей, вона об'єднує тим самим навколо себе значне число конкретних дисциплін [5].

Уточнення об'єкта вивчення інфокультурології суголосно з виявленням специфічних для цього об'єкта вивчення методу; у даному випадку – стосовно інфокультурології – маємо культурологічний підхід. Він би повинен, за нашими дослідженнями, пропонувати наукову аналітику в таких аспектах:

- по-перше, обов'язкове введення соціокультурного контексту в розгляд аналізованої проблеми;
 - по-друге, окреслення комунікаційного розвитку явища;
 - по-третє, аксіологічний підхід до розгляду проблем соціокультурної політики, що її впроваджують мас-медіа;
 - по-четверте, акцентування персоністичного моменту в розвитку інформаційно-культурних процесів.
- Саме тому можемо говорити про те, що культурологічна парадигма підсилює змістовний смисл інфокультурології, дозволяючи ввести в це явище через аналіз наукової категорії «культура» новий спектр наукової проблематики [6, с. 139-141].

Варто прислухатись до думки багатьох вчених, які вважають, що інформаційна культура – це певна інформаційна компонента людської діяльності в цілому, вона об'єктивно характеризує рівень всіх інформаційних відносин, що відбуваються (так вважає, до прикладу, Е. Семенюк [7]). Н. Бабієва, навпаки, характеризує поняття інформаційної культури як «одну з граней культури, пов'язану з інформаційним аспектом життя людей» [8].

В суті своїй – в залежності від суб'єкта, який виступає носієм інформаційної культури – сама інформаційна культура може існувати у трьох іпостасях:

- по-перше, інформаційна культура особистості,
- по-друге, інформаційна культура окремих груп співтовариства,
- по-третє, інформаційна культура суспільства в цілому [9, с. 15 – 19].

Інформаційна культура особистості на відміну від інших, природно, повинна спиратись в першу чергу на особистісний підхід, розроблений у культурології. Сутність його полягає в тому, що культура тут розглядається в індивідуальному вимірі та характеризує стан внутрішнього, духовного світу конкретної людини.

Не можна при цьому не врахувати у нашому дослідженні і теоретичні аспекти діяльності інформаційної культури суспільства. Адже для підвищення рівня інформаційної культури суспільства важко обійтись без знань про її структуру. При цьому важливим нам видається наголос не тільки на приблизні оцінки, але передусім на результати соціальних діагностичних досліджень. Проведення подібних досліджень передбачає

розробку теоретичних аспектів. Один з таких аспектів мав би бути пов'язаний з вибором стратифікованих груп аудиторії для діагностики інформаційної культури суспільства в цілому [10, с. 5-13].

Проте не можна не згадати і методологічний аналіз інформаційного поля при процесі формування культури особистості [11, с. 219-222]. Адже останнім часом в комунікативістиці та практиці функціонування соціальних комунікацій з'явилися тенденції культурологічного аналізу соціальної реальності, який дозволяє розглядати явища на широкому соціокультурному фоні, що являє собою сукупність суб'єктів – носіїв культури різних рівнів організації – від суспільства в цілому і соціально-професійних прошарків до малих співемоційних контактів груп особистості [12, с. 299]. Відповідно, кожний рівень інфокультурології має складну внутрішню структуру, що містить субстанційні та функціональні елементи цінностей та норм. У своїй сукупності вони складають «цілісне інформаційне поле культури». Соціалізація особистості являє собою засвоєння існуючих і виробництво нових компонентів культури – знаків, норм поведінки, цінностей і ін.

З позиції культурологічного підходу необхідно аналізувати детермінування культури особистості з огляду на об'єктивну реальність. Але інфокультурологія примушує зважити на те, що людина є активним об'єктом суспільства, вона творить середовище та себе в цьому середовищі. Інформаційне поле суспільства формує індивід, здатний здійснювати розширене відтворення прийнятих в ньому соціальних відносин; індивід отримує знання, вміння, навички, необхідні для життєдіяльності у даному соціумі. А тому в контексті інфокультурології поняття «культура соціуму» та «культура особистості» мають подвійне навантаження. Культура соціуму та культура особистості – об'єкта, що стрімко розвиваються, – творить та збагачують не лише один одного, але й соціум в цілому.

Джерела

1. Інформаційні технології у культурологічній освіті // 36. наук. праць Бердянського держ. пед. ін.-ту. – Бердянськ, БДПУ, 2001. – С. 348 – 354.
2. Хімчак В. В. Культура та її роль у суспільстві. Конспект лекцій / Київ. нац. ун-т будівництва і архітектури. – К.: 2002. – 14 с.
3. *Подолюк С. А., Лихвар В. Д., Іванова К. А. Культурологія: Навчальний посібник.* - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 288 с.
4. Джинчарадзе Н. Інформаційна культура. – К.: Укр. пропілеї, 1996. – 148 с.
5. Ішук Володимир. Україна: проблеми престижності та ідентичності (Масова комунікація і культура як суб'єкт формування громадянської та національної свідомості). – К.: Либідь, 2002. – 89 с.
6. Калашникова О. Л. Українська та зарубіжна культура. Лекції. – Дніпропетровськ: Обрій, 2003. – 202 с., с. 139 – 141.
7. Семенюк Е. П. Філософські засади сталого розвитку: Навч. пос. для магістрів та аспірантів / Е.П. Семенюк. – Львів: Афіша, 20002. – 199 с.
8. Бабієва Н. Соотношение понятий «информационная культура» и «информационная компетентность» // Народное образование. Педагогика : Сб. статей. М. – 2014 – № 5. – с. 67 – 73.
9. Пашенко Н. І., Клачова Г. П. Культурологія. Теорія культури: Конспект лекцій / Київ. нац. ун-т будівництва і архітектури. – К.: 2006. – 109 с.
10. Шейко В. М. Самовизначення людини в культурі // Вісн. Держ. акад. кер. Кадрів культури і мистецтв. – 2000.- №4. – С. 5 – 13.
11. Цивілізація: структура і динаміка. Монографія / І.В. Бойченко та ін. За заг. ред. І. В. Бойченка; Ін.-т філософії ім. Г. Сковороди НАН України та ін. – К.: 2003. – 447 с.
12. Чернець В. Г. Україна: динаміка культуротворчих процесів. Монографія / Держ. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. – К.: 2002. – 174 с.

Столярчук Ольга Святославівна

Кандидат філософських наук

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В даній статті аналізується сутність культури та глобалізації в сучасному світі. З'ясовано наслідки впливу глобалізації на культуру, що зумовлює зміну і роль самої культури в сучасному світі. Актуальність теми пояснюється тим, що людство вступило в епоху глобальних змін, початок нової ери взаємодії держав, культур, економічних систем, світових співтовариств та індивідів, спричиняючи фундаментальні перетворення в усіх сферах суспільного життя, де культура займає одне із провідних місць, а тому ця проблема повинна бути досліджена з філософської точки зору. Ключові слова: глобалізація, культура, суспільне життя, глобальні зміни.

Проблеми культурної політики в умовах глобалізації є надзвичайно актуальними. Існує декілька поглядів на глобалізацію і передбачення майбутнього. Важливо, що всі ці підходи єдині в одному: майбутнє доцільно характеризувати за критерієм ціннісно-сміслового наповнення життя людини. Кожному поколінню, писав А. Камю, притаманна властивість вважати себе покликаним перебудувати світ. Вибір духовних цінностей є найскладнішим і суперечливим. В житті людина керується своєю духовністю – розумом, волею, почуттям. А світовій історії відомі класичні варіанти духовного вибору: вибір Понтія Пілата, мудреця Сократа, Гамлета, Обломова, Раскольниковова. Мораль рідкаже людині варіант вибору цінностей. Життєдіяльність людства ґрунтується на засадах духовності. Але людина не може існувати поза соціумом. Вона є його частиною. Загальним результатом життя є загальнолюдська культура.