

Ключевые слова: организационная культура, социальные службы, социальное управление, социальные услуги, стиль руководства.

ORGANIZATIONAL CULTURE: A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF SOCIAL SERVICES

Dobina Tetiana – Ph.D. in Cultural Studies, associate professor of the department of sociology and social work Pryazovskyi State Technical University SHEI, Mariupol

The important specific direction of cultural arrangement and service – features of organizational culture in the field of social services is covered. The specifics of the features of organizational culture in the field of social services are determined and its practical significance as a stimulating factor in improving the quality of social management is indicated. The possibility of improving the balanced functioning of the whole spectrum of social services in the conditions of organizational culture due to the integrated interaction of all components of modern management is substantiated.

Key words: organizational culture, social services, social management, social services, leadership style.

UDC 364.08

ORGANIZATIONAL CULTURE: A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF SOCIAL SERVICES

Dobina Tetiana – Ph.D. in Cultural Studies, associate professor of the department of sociology and social work Pryazovskyi State Technical University SHEI, Mariupol

The aim is to highlight the significant impact of increasing the level of organizational culture on improving the management system of social services.

Summary. In modern conditions, management activities in the field of social work are becoming increasingly important, especially in the growing role of organizational culture. Particular attention needs to be paid to research, comprehension of problems and an adequate innovative system of social reorganizations of such a unit as organizational culture. Thus, only by scientifically grounded improvement can be achieved by a balanced functioning of the whole range of social services only in the most modern organizational culture can count on the integrated interaction of all components and the most effective part of the dynamic process of providing the necessary assistance and support in difficult social situations.

The scientific novelty is to determine the specifics of the organizational culture in the field of social services and justify its practical significance as a stimulating factor in improving the quality of social management.

The practical significance. Improving the level of organizational culture it will improve management and improve customer service, the needs and expectations of which is the very idea of social culture as a product of human attention and sensitivity.

Key words: organizational culture, social services, social management, social services, leadership style.

Надійшла до редакції 25.11.2020 р.

УДК 3.304.39(394)

МІНІМАЛІЗМ, ДЗЕН, КАРАНТИН У СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ: СПРОБА УСВІДОМЛЕНОГО СПОЖИВАЦТВА

Пригода Таміла Миколаївна – кандидат філософських наук,
доцент кафедри культурології,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки. м. Луцьк
<https://orcid.org/0000-0002-3251-516X>
DOI [https://doi.org/](https://doi.org/tamprygoda@gmail.com)
tamprygoda@gmail.com

Стаття присвячена виявленню культурних тенденцій під час пандемії коронавірусу і карантину. Зокрема, увага звертається на сферу повсякденності, мінімалістичні стильові особливості сучасного дизайну та моди, що складаються під впливом дзен-буддистської естетики та критичного ставлення до споживацтва. Розглядаються процеси трансформації у споживацькому середовищі, внаслідок якого формуються і розвиваються екологічна мода, усвідомлене і соціально відповідальне споживацтво, мінімалізм у дизайні та побуті, контрспоживацтво.

Ключові слова: споживацтво, культура, дзен, мінімалізм, мода, пандемія, карантин, річ.

Постановка проблеми. Пандемія коронавірусу та карантинні умови суттєво змінили смисловий ландшафт сучасної культури. Причому ці трансформації торкнулися без виключення усіх сфер суспільного життя. ХХ століття було щедрим на цивілізаційні активатори, що ставили людство на межу не лише в царині екзистенційних пошуків і тупиків, а й фізичного існування. Уся його коротка історія насичена війнами, переворотами, загрозами, запереченнями, насиллям, техногенними здобутками,

споживацькою телеологією, авангардними експериментами у мистецтві та архітектурі, радикальними і швидкісними змінами у моді та буденному житті. XXI ст. принесло не менш глибокі цивілізаційні метаморфози, що зуміли порушити напрацьовані століттями і десятиліттями певні критерії і параметри більш-менш комфортного існування навіть із планами і прогнозами на перспективу. Умовно кажучи, одним із показових чинників (і рушіїв) сучасної культури є споживацтво у найширшому сенсі, споживацьке суспільство і постійні спроби зробити його відповідальним, заощадливим, екологічним.

Карантинна ситуація змусила подивитися на цю проблема під дуже конкретним кутом зору, породивши не лише умоглядні концепції «здорового споживання» (як і здорового способу життя, харчування, спілкування тощо), а безпосередній досвід реалізації і ревізії цих беззаперечно цікавих рекомендацій – мінімалізації та екологізації споживацького середовища (дизайн, фешн, побут, світогляд). Такі, здавалося б, буденні речі виявилися дуже промовистими критеріями нових тенденцій у культурі.

Звичайно, ці проблеми не були новими. Ідеї повернення до більш природнього, здорового та адекватного існування час від часу піднімалися ще з Відродження і Просвітництва, зверненням до античності, на рівні теоретичних дискусій чи спроб практичної реалізації: звернення до східних практик життя, натуралістичні моделі існування, веганство, вегетаріанство, натуропатство, екологічні поселення, мінімалізм у побуті, дизайні, моді і т. п.

Огляд літератури. Якщо оглядати ці тенденції в їх ретроспективі, то можна констатувати, що спроби осмислення радикальних (із різною мірою зухвалості) культурних переорієнтацій і суспільних потрясінь були предметом рефлексії впродовж усього XX століття. Психологія у різних інтерпретаціях від З. Фрейда до Ю. Крістєвої, інтуїтивістські та ірраціоналістичні інтерпретації, починаючи з Н. Гартмана, А. Бергсона, ніцшеанські та шпенглеріанські ідеї, Франкфуртська школа (Е. Фром, Г. Маркузе, Т. Адорно, М. Хоркхаймер) присвятили свої праці саме процесам, що тотально вплинули на культуру, особливо (пост)сучасну культуру і на майбутнє людини. Актуальна культур-рефлексія теж не оминає цих проблем: Барт, Ю. Крістєва, У. Еко, Ж. Бодрійяр, М. Фуко, П. Козловські, В. Подорога, Ф. Гваттарі, Ж. Дельоз і багато інших звертаються як до загальних тем сучасного існування людини у мінливому постмодерному світі, так і до більш конкретних і вужчих питань соціокультурної реальності (шизоаналіз, текст, семіотика, «смерть автора», симулякр, археписьмо, спокуса, різьма, констеляція тощо).

Виклад основного матеріалу. Однією з важливих тенденцій є переосмислення споживацьких інтересів та цінностей сучасної людини. Свого часу, ще Ж. Бодрійяр у роботі «Суспільство споживання: його міфи і його структури» (1970 р.) зауважував, що суспільство споживання – це суспільство самообману, де неможливі ні істинні почуття, ні культура, і де навіть достаток є наслідком дефіциту, що ретельно маскується і захищається, має статус закону виживання сучасного світу. Дослідник, заперечуючи будь-яку раціонально вмотивовану споживацьку культуру, радикально вважає, що маніпуляції споживацтвом пояснюють парадокси сучасної цивілізації, якій однаково необхідні бідність, війни й естетична медицина, що мають одну й ту ж мету – творення безконечних цілей для нарощування виробництва [2]. З багатьма моментами його досить песимістичних, провокативних і парадоксальних оцінок сучасного світу і його перспектив можна погодитися

Ще раніше філософ у своїй ранній роботі «Система речей» (1967 р.) зазначав, що сучасна ситуація з речами має ознаки трансцендентності, тобто потреба у речах має не функціональний чи вітальний характер, вона пов'язана передусім із модою, демонстрацією своєї статусності. Тому споживацтво, особливо у контексті модного і стильного дизайну, він називає «тотальним культурним примусом», «культурним тероризмом». Справді, загальні суспільні настрої 60-70-х років наповнювалися трансльованими мас-медіа, кіноіндустрією, рекламою, масовою культурою загалом таких гіпотетичних, утопічних образів «будинку мрії», численних інтерпретацій славнозвісної «американської мрії», і були досить далекі від критичного антиспоживацького дискурсу. Молодіжні студентські протести мали пацифістський, антиімперіалістичний, «антибатьківський» характер і, почасти, сприймалися як максималістські бунти тінейджерів. Бодрійяр писав: «Справді, споживацтво можна вважати характерною рисою нашої промислової цивілізації – але за умови, що ми раз і назавжди звільнимо це поняття від його звичного значення «процес задоволення потреб». Споживання – це не пасивний стан поглинання і присвоєння, що протиставляється активному стану виробництва, щоб урівноважити таким чином дві найвні схеми людської поведінки (і відчуження). Слід з самого початку заявити, що споживання є активний модус ставлення – не лише до речей, але й до колективу і до усього світу, - що у ньому здійснюється систематична діяльність та універсальний відгук на зовнішній вплив, що на ньому засновується уся система нашої культури» [3].

Представники Франкфуртської школи осмислювали принцип Великої відмови – свідомого опору різним формам відчуження, що поширені у нашому буденному житті. Так, Г. Маркузе в «Одномірній людині» (1964 р.) характеризував ілюзію свободи, що створюється на основі широкого

достатку і різноманіття товарів й послуг, котрі якраз посилюють форми соціального контролю над «життям, наповненого працею і страхом» [6].

Проблема відчуження, що хвилювала представників Франкфуртської школи в 60-і, не втратила своєї актуальності, а набула у наш час нових інтерпретацій. Так, розвиток цифрових технологій, дедалі більше поширення нових медіа, постійне ускладнення та урізноманітнення життєвих стратегій, пошук інших форм самовираження і самореалізації спонукали нові дискурси відчуження і «перетворених форм» (М. Мамардашвілі). Усе суспільне життя, ціннісні моменти, естетичні ідеали, виробництво у найширшому сенсі перетворюються у квазіфеномени і симулякри, витворюючи такий же симулятивний світ, блеф-простір. З іншого боку, відчуження породжує спроби і пошуки звільнення, почасти «чергового», позбавленого сутнісного імпульсу, з набутим симулятивним ефектом штучної органічності. З'являються екзистенційні стратегії, альтернативні культу успіху і життю на неймовірних швидкостях, що якраз і є характерними атрибутами споживацького суспільства: етичний мінімалізм, культура повільного осмисленого життя, вдумливого споживання, соціально відповідальної та екологічно безпечної моди, естетика дзен у сучасній філософії повсякденності. Пандемічна ситуація ще більше посприяла розвитку цих тенденцій, котрі вже формувалися у глибинах сучасної культури.

У контексті нашої теми важливо зауважити наступне. Поняття речі у полісемантичній культурологічній ситуації все ж може мати дуже різні значення і статуси. З одного боку, вона – втілення вищої (Божественної) творчості, часом нерукотворна, з іншого – суто матеріальний феномен, створений людиною чи перетворений нею. Саме від певної методологічної позиції і залежить розуміння речизму чи антиречизму. Ще один вимір речі: річ – текст, що містить багатшарову інформаційні змісти про культурну епоху, людину, подію тощо. Для нашого дослідження поняття речі асоціюється передусім із пристрасним і навіть паталогічним ставленням до накопичування речей, проектуванням їх на своє життя і його сенс, отождненням із речовими благами, багатством. «До фактів речизму можна віднести багато явищ накопичувального характеру, користолобство. Колекціонування, шопоголізм, будь-яка пристрасть до речового світу в характерологічному розумінні слова, тобто з певним відбитком фанатизму чи стійкої прихильності» [8].

Саме суспільство, «яке женеться за безглуздою і несвідомою ілюзією щастя» (Ж. Бодрійяр), неодноразово зверталося до цієї проблеми з різних, так би мовити, методологічних та ідеологічних позицій. Ці ідеї були близькі протестним студентським і молодіжним рухам у Європі, духовним пошукам хіпі, екзистенційно налаштованому театру, кінематографу, літературним течіям. Із часом контрспоживацький пафос трохи стих, але час від часу його заперечувальна енергія спалахувала в антиглобалістських та антиконс'юмеристських виступах і маршах. Карантинна і частково посткарантинна реальність дала натхнення поштовх для поглиблення і розвитку цих рухів, додаючи якихось нових змістів, практичних (технологічних) інтерпретацій, нових сфер поширення.

Так, одним із новітніх і модних трендів можна вважати екологічну моду – *Sustainability*, «час вдумливої моди». Європейські модні центри – Париж, Берлін, Лондон – в унісон заявляють, що мода – один із найбільших забруднювачів довколишнього середовища після нафтопереробної промисловості. Технологічні інновації пропонують альтернативні варіанти виготовлення одягу, тканин, взуття, аксесуарів. «Веганські куртки зі шкірки яблук, тканина, що накопичує сонячну енергію вдень, щоб її можна було використовувати вночі, сумки з пальмового листа... І всі ці ідеї об'єднує поняття, котре стає головним трендом у світі моди – *Sustainability* [7]. Така майже етична мода передбачає, передусім, безпечне використання природних ресурсів, розраховане на тривалу перспективу і забезпечує екологічну стабільність і соціальну безпеку. Виділяють три напрями, у яких можна виявити прихильність цим ідеям: це бережливе використання природних і людських ресурсів, повторне використання готових речей і переробка відходів і речей для виготовлення нових. Тобто модна індустрія сьогодні намагається слідувати не лише умоглядним та абстрактним ідеям, вона прагне перестати бути токсичною, підтримувати екологічно орієнтовані стартапи, виховувати своїх клієнтів, а ті, своєю чергою, виявлятимуть прихильність екологічним трендам зокрема у фінансовому еквіваленті. Наприклад, іспанський бренд модного одягу Ecoalf винайшов оригінальний спосіб подолати проблему океанічного сміття. Вони виробляють одяг із перероблених риболовних сіток і старого пластику. Щороку у світовий океан потрапляє понад 8 млн. т. пластику. І кожного року людство викидає майже 11 млн. т. одягу на звалище. Океанічні відходи змінюють склад води у морях, наносять величезну шкоду водним екосистемам, звалища побутових відходів, що погано розкладаються, забруднюють повітря, ґрунт, усе довкілля, загрожуючи нашому здоров'ю. Компанія почала розробляти революційний проект циклічної економічної моделі «Переробка океанічного сміття». Йдеться про підняття з дна Середземного моря пластикового сміття і пошиття з нього дизайнерського одягу. Під гаслом «Тому що у нас немає планети Б» компанія проводить просвітницьку роботу, сподіваючись у перспективі на

появу екологічних брендів в усьому світі. Президент компанії Х. Гоенече вважає, що «люди повинні зрозуміти, що відбувається на нашій планеті. Ми хочемо розказати, як перестати витратити природні ресурси і залишити краще майбутнє для наступних поколінь» [5].

Журнал «Vogue» завжди прагнув тримати руку «на пульсі» подій у фешн-світі, осмислюючи не лише модні події, постаті, тенденції, стилі. Він, так чи інакше, звертався до ширшої проблематики, котра могла через призму моди аналізувати культурні і мистецькі процеси, екзистенційні, політичні, ідеологічні питання. І пандемія, і карантин стали таким об'єктом, що дав багато матеріалів для роздумів і прогнозів. Так, задумуючись про посткарантинну реальність, у тому числі у контексті фешн-індустрії, «Vogue» зачепив тему «карантину споживацтва» (Лі Еделькорт), маскового буму, соціально відповідального одягу, мінімізації виробництва одягу, карантинних умов, що можуть зумовити тренд споживацької відповідальності (бюджетний одяг, вінтаж, ношений одяг, продумані покупки, індивідуалізація та абстрактивізація моди, комфортна мода, он-лайн-покази та он-лайн-шопінг). «Гламур» - зовсім не те слово, що приходить в голову в контексті життя після пандемії. «Креативність» підходить набагато краще. Вільна насолода трансформуючими силами моди під час ізоляції стала своєрідною формою ескапізму... Враховуючи, що заходи соціального дистанціювання у ближчому майбутньому залишаться з нами, одяг автоматично перетворюється в унікальний інструмент взаємодії з реальним світом: з його допомогою можна ділитися ідеями, політичними переконаннями чи просто сіяти радість – щоб вловити послання, одного погляду досить» [10].

Ще один цікавий і показовий момент: вулична мода (стритстайл). З 60-х років ХХ ст. саме вуличний стиль став об'єктом не лише фотографів, а й дизайнерів, індустрії селебріті-інфлюенсерів, просто випадкових, на перший погляд, людей, які живуть модою і модними показами, що конкуруючи зі знаменитими модельєрами та модними будинками, стають «іконами стилю», по суті, визначають і диктують основні фешн-тенденції. Нам важливо звернути на ці речі увагу, тому що мода як мистецтво здатна вловлювати і транслювати майбутні варіанти не лише модної індустрії, а й культурного процесу загалом, виділяючи у ньому гострі й актуальні нюанси, що пізніше стають історією і загальним місцем, масовим товаром. Так, на осінньому Тижні мод, що відбувся в умовах пандемії, відзначили демократизацію демонстрованого одягу, його екологічні і здорові мотиви, спосіб комунікувати зі світом у кризу, при непевному і невідомому майбутньому, констатуючи живучість і перспективність моди і людини [9].

На межі ХІХ–ХХ ст. європейська культура відкрила для себе пласт не-європейського культурного досвіду у різних сферах. Ще з кінця ХІХ ст. західний світ зацікавився Сходом і його особливими мистецькими і культурними ідеями не лише як екзотичним чудернацьким явищем, а достойним уваги і навіть запозичення. Буддистські, даоські, конфуціанські практики стали тим свіжим ковтком повітря, що стали значною мірою основою для пошуків і переосмислень у європейській етиці та естетиці. Одним із найбільш впливових і поширених виявився дзен-буддизм, особливо його естетичні принципи, що зумовили сутнісні трансформації у сучасному дизайні, моді, стратегіях існування, екзистенційно-життєвих орієнтирах. Визначальні категорії дзен: вабі, сабі, юген – виявилися тим скарбом, що не втомлює дивувати і надихати.

Саме з цих ідей значною мірою постає мінімалізм у дизайні та моді. Втомлена від множення численних культурних і мистецьких форм та образів, перевантажена символічними коннотаціями людина ностальгує за простотою і легкістю. Так, категорія моно-но аваре (межі Х–ХІІ ст.) означає «печальна чарівність речей». Тобто кожен предмет має особливу і неповторну естетичну цінність, що, як правило, прихована, не лежить на поверхні, і виявити її допомагають вроджена чутливість та вишуканий смак. Ця краса, як і все суще в дзен-буддизмі, недовговічна та ефемерна, варто відчутти і вловити цю тонку межу існування, відобразити у стані «просвітленого розуму» [1]. Вабі-сабі означають бідність, навіть скупість, самотність, поміркованість, природність, тихість і наївність як естетичні принципи життя японця і виражальні засоби у мистецтві. Крім того, такі явища як старіння, згасання, в'янення, зношення набувають позитивного і шляхетного значення, посилюють статус речі. Відбиток часу не недолік чи вада, що їх треба приховати, позбавитися, а достоїнство, яке варто шанувати і витончено, ненав'язливо підкреслювати. В естетиці дзен ці поняття є досить абстрактними, у європейській адаптації вони стають більш зрозумілими і спрощеними. Йдеться про «інтер'єрний аскетизм, що проповідує близькість до природи і красу недосконалості, закликає відмовитися від гонитви за ідеалами і розкішшю. У спрощеному перекладі «вабі» - це «скромна простота», а сабі – «наліт часу». Стиль тяжіє до вінтажності, навмисної зістареності речей та оздоблення, демонстрації недоліків і максимально наближених до живої природи фактур» [5].

Не дивно, що європейський світ, переповнений формами різного характеру (твори мистецтва, теоретичні концепції та ідеї, моральні норми, ідеали смаку, матеріальні речі в інтер'єрі та одязі, багатослів'я, т. п.), так захопливо сприйняв ці естетичні принципи, звичайно, трансформувачи та адаптувачи до власне західних стратегій життя. Мінімалізм у житті та дизайні став рятівною моделлю у

перенасиченій готовими і «схололими» формами культури й особливо у художній сфері, що розкривав творчий потенціал європейських митців. Культ пустого простору, бідного і скупого гардеробу, відсутність нефункціонального декору та інтер'єрних деталей, простих, часто несиметричних ліній на тлі розкішних, гламурних рішень видавався дивним. Однак із часом людина все більше схиляється до такого очищеного і вільного простору свого існування, переносючи ці принципи загалом на своє життя. У європейській культурі пустота традиційно асоціюється з самотністю, бідністю, негативними станами, тим, чого варто позбавлятися. У Японії ставлення до пустоти принципово інше. Пустота - священна, природня, глибинна, вона не сприймається як нестача чи відсутність чогось. Предметний достаток у японській культурі – ознака поганого смаку.

Карантин, вимушене перебування у досить замкненому і захищеному просторі, і тому спровокована цим увага до оточуючого середовища, бажання звільнитися, хоча б зовні, розчистити простір довкола сприяли все більшому зверненню, свідомого чи не зовсім, до мінімалізму. «Коли світ моди закликає до відповідального споживацтва, раціональності і бережливого ставлення до природи, мінімалізм стає однією з провідних тенденцій в інтер'єрі. Його східний різновид продовжує надихати дизайнерів та архітекторів усього світу, завдяки тому, що японський мінімалізм – це не просто стиль, а світогляд» [5]. Мінімалізм у внутрішньому просторі помешкання передбачає відмову від надмірних декоративних елементів і від надмірності загалом, меблі – лише найнеобхідніші, функціональні, ергономічні. Важливою рисою такого дизайну є тактильність – відчуття на дотик матеріалів (нерівність, фактурність, м'якість, шовковистість, шершавість, гладкість і т.п.). До речі, мінімалізм в інтер'єрі можемо спостерігати й у модному сьогодні скандинавському стилі, але це зовсім інша тема, хоч і не менш цікава і глибока.

Висновки. Сучасна людина сьогодні стоїть перед дуже суворими і небезпечними викликами. Причому, не лише фізичними, а й духовними. І міра її міцності, перспектив її подальшого існування залежить великою мірою і від її здатності змінюватися, налаштовуватися на довколишній світ, інших людей, природу, цінувати і берегти їх, відчувати себе частиною цілого, мікрокосмом у макрокосмі. Тому, незважаючи на трагічні процеси пандемії, людина отримала шанс ... стати Людиною.

Список використаної літератури

1. Антонов Е. Ваби-саби, сатори и макото: как принципы японской эстетики помогают понять скрытую красоту вещей и быстротечность жизни и как они повлияли на менталитет японцев. URL: <https://paperpaper.ru/vabi-sabi-satori-i-makoto-kak-principy/>. (дата звернення 2.11.2020)
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. URL: <https://ru.bookmate.com/books/NAI122ti>. (дата звернення 2.11.2020)
3. Бодрийяр Ж. Система вещей. URL: http://www.pseudology.org/psychology/BodriyarJean_Sistema_Veschey2.pdf. (дата звернення 2.11.2020)
4. Дуулинг Э. Высокая мода из океанического мусора. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cul-russian-42364365> (дата звернення 2.11.2020)
5. Корнева Е. Дзен на каждый день: искусство японского минимализма. URL: <https://www.tk-lanskoj.ru/stati/dizayn-interera-sovety-i-idei/dzen-na-kazhdyu-den-iskusstvo-yaonskogo-minimalizma>. (дата звернення 2.11.2020)
6. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина; Сост., предисл. В. Ю. Кузнецова. Москва: ООО Изд-во «АСТ», 2003. 526, [2]с.
7. Марченко А. Экологическая мода: что такое Sustainability и почему это важно? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-43195828>. (дата звернення 2.11.2020)
8. Щелканова Н. Ю. Вещизм и антивещизм. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veschizm-i-antiveschizm/viewer>. (дата звернення 2.11.2020)
9. Hess L. Какое будущее ждет уличную моду. Эксперты индустрии рассуждают о судьбе стритстайла в постковидном мире. URL: https://www.vogue.ru/fashion/kakoe-budushee-zhdet-ulichnyuyu-modu#intcid=recommendations_vogue-ru_9841c0b2-609e-4223-a076-7e4062e01e82_cral2-2. (дата звернення 2.11.2020)
10. Hobs J. Как мы будем одеваться после карантина. Эпоха социально ответственного гардероба уже наступила: будущее моды за изобретательностью и осознанностью. URL: <https://www.vogue.ru/fashion/kak-my-budem-odevatsya-posle-karantina>. (дата звернення 2.11.2020)

References

1. Antonov E. Vaby'-saby', satory' y' makoto: kak pry'ncy'py yaponskoj estety'ky' pomogayut ponyat' skrytuyu krasotu veshhej y' bystrotechnost' zhy'zny' y' kak ony' povly'yaly' na mentaly'tet yaponcev. URL: <https://paperpaper.ru/vabi-sabi-satori-i-makoto-kak-principy/>. (data zvernennya 2.11.2020)
2. Bodry'jyar Zh. Obshhestvo potrebleny'ya. Ego my'fy y' struktury. URL: <https://ru.bookmate.com/books/NAI122ti>. (data zvernennya 2.11.2020)
3. Bodry'jyar Zh. Sy'stema veshhej. URL: http://www.pseudology.org/psychology/BodriyarJean_Sistema_Veschey2.pdf. (data zvernennya 2.11.2020)

4. Douly'ng Э. Vysokaya moda y'z okeany'cheskogo musora. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cul-russian-42364365> (data zvernennya 2.11.2020)
5. Korneva E. Dzen na kazhdyj den': y'skusstvo yaponskogo my'ny'maly'zma. URL: <https://www.tk-lanskoj.ru/stati/dizayn-interera-sovety-i-idei/dzen-na-kazhdyj-den-iskusstvo-yaponskogo-minimalizma>. (data zvernennya, 2.11.2020)
6. Markuze G. Эрос y' cy'vy'ly'zacy'ya. Odnomernyj chelovek: Y'ssledovany'e y'deology'y' razvy'togo y'ndustry'al'nogo obshhestva / G. Markuze; Per. s angl., poslesl., pry'mech. A. A. Yudy'na; Sost., predy'sl. V. Yu. Kuzneczoa. – Moskva: ООО «Y'zdatel'stvo AST», 2003. 526, [2]s.
7. Marchenko A. Экологы'cheskaya moda: chto takoe Sustainability y' pochemu это vazhno? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-43195828>. (data zvernennya 2.11.2020)
8. Shhelkanova N. Yu. Veshhy'zm y' anty'veshhy'zm. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veschizm-i-antiveschizm/viewer>. (data zvernennya 2.11.2020)
9. Hess L. Kakoe budushhee zhdet uly'chnuyu modu. Eksperty y'ndustry'y' rassuzhdayut o sud'be stry'tstajla v postkovy'dnom my're. URL: https://www.vogue.ru/fashion/kakoe-budushee-zhdet-ulichnuyu-modu#intcid=recommendations_vogue-ru_9841c0b2-609e-4223-a076-7e4062e01e82_cral2-2. (data zvernennya 2.11.2020)
10. Hobs J. Kak my budem odevat'sya posle karanty'na. Эпоха socy'al'no otvetstvennogo garderoba uzhe nastupy'la: budushhee моды за y'zobretatel'nost'yu y' osoznannost'yu. URL: <https://www.vogue.ru/fashion/kak-my-budem-odevatsya-posle-karantina>. (data zvernennya 2.11.2020)

МИНИМАЛИЗМ, ДЗЕН, КВАРАНТИН В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ: ПОПЫТКА ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСТВА

Пригода Тамила Николаевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры культурологии, Волинський національний університет ім. Лесі Українки. г. Луцьк

Статья посвящена выявлению культурных тенденций во время пандемии коронавируса и карантина. В частности, внимание обращается на сферу повседневности, минималистичные стилевые особенности современного дизайна и моды, что складываются под влиянием дзен-буддистской эстетики и критического отношения к потребительству. Рассматриваются процессы трансформации в потребительской среде, в результате которого формируются и развиваются экологическая мода, осознанное и социально ответственное потребление, минимализм в дизайне и быте, контрпотребительство.

Ключевые слова: потребительство, культура, дзен, минимализм, мода, пандемия, карантин, вещь.

MINIMALISM, ZEN, QUARANTINE IN MODERN CULTURE: ATTEMPT AT CONSCIOUS CONSUMPTION

Prygoda Tamila – associate professor Department of Cultural Studies Lesya Ukrainka Volyn National Universit, Luck

The article focuses on cultural trends during the coronavirus and quarantine pandemic. In particular, attention is paid to the sphere of everyday life, minimalist stylistic features of modern design and fashion, which are formed under the influence of Zen Buddhist aesthetics and a critical attitude to consumerism. The processes of transformation in the consumer environment are considered, as a result of which ecological fashion, conscious and socially responsible consumption, minimalism in design and life, counterconsumption are formed and developed.

Key words: consumption, culture, zen, minimalism, fashion, pandemic, quarantine, thing.

UDC 3.304.39(394)

MINIMALISM, ZEN, QUARANTINE IN MODERN CULTURE: ATTEMPT AT CONSCIOUS CONSUMPTION

Prygoda Tamila – associate professor Department of Cultural Studies Lesya Ukrainka Volyn National Universit, Luck

The purpose of the article is to analyze the main trends in modern culture in the context of minimizing consumer needs in fashion, design in a pandemic and quarantine under the influence of Zen aesthetics, concepts of environmental and social responsibility.

Research methodology. The methodological basis of the study is a critical concept of consumer society J. Baudrillard, rethinking the category of alienation by the Frankfurt School, the principles of environmentally safe and socially responsible consumption, the aesthetics of Zen in the minimalist trends of modern fashion and design industry.

Results. The pandemic and post-quarantine reality exacerbated the problems of consumer values, which largely determined socio-cultural development. The dominance of things, the power of ready-made and completed cultural and artistic forms, the tendency to excessive and status wealth, the demonstrative diversity of fashion trends forces a person in a transformed reality to change their landmarks and priorities. Counter-consumption, thoughtful fashion, minimalism in design and life, organicity and adequacy of everyday needs and interests, experiencing the unity of all living things in the world – current and progressive trends in the process of forming a special mentality of modern man. Recourse to ancient (authentic) experience, Eastern spiritual practices (Zen Buddhism) – important steps and efforts to find the best prospects for modern society at different levels and in different areas.

Novelty. The processes in culture that in the period of quarantine and coronavirus pandemic present the involvement of new value models in the sociocultural discourse (in particular, on the example of minimalism in design and life with the main categories of Zen aesthetics, environmental and ethical fashion, socially responsible consumption and anti-consumer practices).

Practical meaning. Such a context of the researched problems in the conditions of pandemic and quarantine trials can initiate certain existential shifts both in the personal dimension and in the society as a whole, going beyond declarative statements and theoretical considerations.

Key words: consumption, culture, zen, minimalism, fashion, pandemic, quarantine, thing.

Надійшла до редакції 2.11.2020 р.

УДК 008:342.107.1

ПОСТАТЬ МИТЦЯ В ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІЙ СИСТЕМІ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Ліфінцева Олена Вікторівна – аспірантка кафедри культурології та інформаційних комунікацій, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0001-9330-2478>

DOI <https://doi.org/>

Alifinceva@dakkkim.edu.ua

Розвиток технологій та засобів масової інформації, паблік-рілейшнз і маніпулювання суспільною свідомістю перетворили «м'яку силу» в ефективне знаряддя досягнення зовнішньополітичних інтересів. Особливого значення набули інструменти інформаційно-культурного впливу на зарубіжну аудиторію, зокрема – публічна та культурна дипломатія. З 2015 р. в Україні вжито заходів із створення інфраструктури культурної дипломатії шляхом запровадження профільних підрозділів МЗС, підконтрольного йому Українського інституту, поєднання взаємодії державних структур із самодіяльними мистецько-культурними об'єднаннями. Створене відповідне концептуальне й організаційно-правове поле культурної діяльності за кордоном. Це відкриває широкі можливості для використання митців безпосередньо у структурах культурної дипломатії. Виявляється доцільним запровадження поглибленої підготовки спеціалістів із менеджменту соціокультурної діяльності до роботи в апараті культурної дипломатії та афілійованих із нею творчих об'єднань.

Ключові слова: міжнародні культурні зв'язки, міжнародна інформація, культурна дипломатія, інформаційно-гуманітарна безпека, реформування управління, кадровий менеджмент, мистецька діяльність.

Актуальність теми дослідження. Перспективним резервом активізації застосування культурно-інформаційного важеля для забезпечення реалізації завдань зовнішньої політики України слугує залучення до діяльності апарату культурної дипломатії МЗС та інших профільних державних установ митців як професійних представників художньо-творчого середовища. Це актуалізує комплексне вивчення концептуальних та організаційно-правових передумов до інтеграції дипломатичної служби й сфери національної культури і мистецтв.

Аналіз досліджень і публікацій. Ретроспективний аналіз зародження культурно-інформаційної дипломатії в період Української революції та національного державотворення 1917–1921 рр. подано у працях Д. Веденєєва, базованих на документальній спадщині українського зовнішньополітичного відомства [3, 5]. Вивчення витоків культурної дипломатії спирається на перспективний документально-видавничий проект Українського центру культурних досліджень «Джерелознавчі студії з історії культурної дипломатії», у межах якого відбувається оприлюднення та аналіз документів з історії світового турне Української республіканської капели О. Кошиця у 1919–1924 рр. [8].

Для розуміння місця функції культурної дипломатії у контексті міжнародних культурних зв'язків та культурної політики України як держави важливі фундаментальні праці відомих державних діячів гуманітарної сфери, культурологів й спеціалістів із менеджменту соціокультурної діяльності В. Андрущенко, Ю. Богуцького, О. Валевського, Л. Новохатька, О. Копієвської та інших науковців [4, 9, 23–24].

Проблеми міжнародних культурних комунікацій та розвитку культурної дипломатії на стратегічному управлінському рівні висвітлено в збірнику науково-експертних матеріалів і доповідей урядовців та профільних аналітиків, підготовлених за підсумками круглого столу (21 червня 2016 р.) у Національному інституті стратегічних досліджень при Президенті України у 2016 р. [14].

Значне посилення уваги держави до розвитку міжнародно-інформаційної, інформаційно-безпекової діяльності, стратегічних комунікацій на міжнародній арені каталізували розвиток структур публічної дипломатії та культурної дипломатії як її складової. Відповідно, активізувалися спеціальні дослідження інституційної та діяльнісної компонент культурної дипломатії, в яких проаналізовано роботу державних і громадських інститутів культурної дипломатії, її основні завдання й перспективи розвитку, розглянуто