

Терещенко Наталія Володимирівна,

кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціології
Київського національного економічного
університету ім. В. Гетьмана

МОТИВАЦІЙНІ ЦІННОСТІ ТА МОТИВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК РЕГУЛЯТОРИ ПОВЕДІНКИ В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Мотиваційні цінності – цінності, засвоєні індивідом у процесі соціалізації, що існують на рівні свідомості та спонукають індивіда до соціальної дії, певного типу поведінки, вчинку. Формуються на основі культури суспільства, її елементів: системи цінностей, загальноприйнятих норм і правил, звичаїв і традицій, соціальних стереотипів. Видозмінюються під впливом об’єктивної реальності: історичних, політичних, економічних, соціальних процесів [1].

Культура – невід’ємна сторона життя суспільства, нерозривна від людини як соціалізованої особи. Не може бути суспільства без культури, як і культури без суспільства. Яким би слабо розвиненим не було те чи інше суспільство, воно завжди створює відповідну культуру (культурну базу), тобто сукупність матеріальних, духовних цінностей та способів виробництва. З соціологічної точки зору, культура – це цінності та норми, що слугують для задоволення інтересів індивіда та зосереджені в певних символах. Сучасний етап розвитку соціології відмічено особливою увагою до більш поглибленого вивчення культурних аспектів суспільного життя. Істотно змінюється не тільки проблематика, а й напруження при розгляді процесів, що відбуваються в суспільстві. Зокрема, увагу зосереджують не на соціокультурних об’єктах і процесах, а на індивіді (ах), котрі в процесі соціальних взаємодій породжують, підтримують та змінюють елементи свого соціального та культурного оточення. В глобалізованому світі в центрі дослідження виявляються проблеми зміни особистісних і групових характеристик індивідів у динамічному соціокультурному середовищі.

Соціологічний аналіз культури дає можливість вивчати соціальний та територіальний розподіл в суспільстві форм і способів освоєння, використання та створення людьми об’єктів культури. Це дозволяє виявити стійкі та мінливі тенденції в культурній динаміці, а також соціальні механізми, що їх обумовлюють. Завдяки цьому стає можливим встановити реальний вклад різних верств населення в культурне життя. Соціологія протистоїть концепціям культури, які розглядають її окремо від соціального життя, від інтересів соціальних спільнот. В соціально-інтегрованому суспільстві має

сформуватися якісно нова суспільна культура, основою якої є загальнолюдські цінності та інтереси. В останні сто років – і фактично до теперішнього часу – спостерігається перевиробництво ідей, книг, витворів мистецтва (культурна інфляція). Склалася ситуація, яку умовно можна назвати «(нео-)капіталізмом від культури», сучасним різновидом візантійства. Виробляти стали заради виробництва, не звертаючи увагу на споживання, на ті дійсно необхідні сучасній людині ідеї, яких вона очікує, та як це трапляється при капіталізмі, ринок виявився перенасиченим, і настала криза. Проблема культурного інтелектуалізму в тому, що культура пропонується людині як безцінний дарунок, котрий вона має вдячно прийняти. Її начебто підводили до вітрини з розкладеними на ній дорогоцінностями: жити, щоб бути залученим до культури.

В основі кожної культури лежить деяка модель, котра видозмінюючись, вбирає в себе тільки те, що відповідає її характеру та особливостям. З плином часу можливості моделі вичерпуються та вона вже не може впливати на нові сфери, галузі людської діяльності. Тоді прогрес культури змінюється стадією повтору старого, регресу, занепаду і модель культури, що застаріла врешті вмирає. «Смерть культури» не означає її повного зникнення тому, що попередня модель змінюється новою, яка визріла в лоні старої культури.

Входження в нову культуру супроводжується неприємними почуттями: втрати статусу, дискомфорту при усвідомленні розбіжностей між культурами, плутаниною в ціннісних орієнтаціях і власної ідентичності. Також невпевненість в собі, тривога, дратливість, депресія – все це симптоми «культурної кризи». Найчастіше «культурна криза» асоціюється з негативними наслідками та лише небагато науковців (психологи, соціологи) звертають увагу на його позитивну сторону хоча б для тих індивідів, у кого початковий дискомфорт веде до усвідомлення та прийняття нових цінностей, моделей поведінки, веде до особистісного зростання та саморозвитку. При сприятливих умовах входження в нову культуру індивід проходить цикл: «напруга – адаптація – особистісний розвиток». Культуру можна зрозуміти тільки на основі аналізу її особистих цінностей, в її особистому контексті.

Потужною силою культури, творцем матеріальних цінностей, що є каркасом будь-якої культури є та частина людства, що за допомогою своїх навичок приводить у дію засоби виробництва, тобто робітники. Безперечно, завдяки трудовій діяльності робітників людство може нормально існувати та функціонувати. Якщо вони припинять свою діяльність зі створення матеріальних цінностей – почнеться соціальна деградація. Робітники будь-якої історичної формації причетні до створення матеріальних культурних цінностей. Ця їх роль постійна та безперервна. Відіграють роль робітники і в розвитку духовної культури. Не дивлячись на те, що більшість духовних цінностей створено професійними творцями (архітекторами, письменниками, митцями, поетами) слід пам'ятати, що робітники забезпечували матеріальну базу для їх існування, тим самим даючи змогу професіоналам у духовній

НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРИ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

сфері займатися творчістю. Своєю працею вони, в кінцевому рахунку, визначали стан виробництва та суспільних відносин конкретної історичної епохи, що в свою чергу значно вплинуло на формування духовних цінностей та розвиток світової культури.

При вимірюванні якості, рівня зрілості, активності плідотворним є використання інтегративного показника культури, що орієнтує на вивчення моментів активності особистості, що виражають її цілісну спрямованість, взаємозв'язок, структурну впорядкованість, системність якостей, цілісність діяльності.

Вагомими структурними елементами культури особистості є її переконання, характер діяльності, навички та уміння. Культура – більш загальне поняття, якісно зрілий прояв соціально активної особистості, котра вимірюється через системність елементів її духовного світу, а також загальний спосіб освоєння соціального досвіду, соціальних ролей та функцій. Культура – не лише спрямованість, певний стан продуктивної реалізації, вияв соціальної активності та соціальної ініціативи особистості, але і реалізація духовного оснащення, спосіб сприйняття світу, видів діяльності, які складаються на основі певних ціннісних орієнтацій, знань, переконань, певної діяльності та є виразом внутрішньо притаманних людині соціальних властивостей.

Вивчення механізму становлення соціальної активності особистості в глобалізованому світі потребує аналізу впливу новацій сучасного життя, формування нових політичних, економічних, соціальних структур, нових моментів духовного розвитку, характерних для нашого суспільства в умовах інформатизації та глобалізації. Важливо проаналізувати цей вплив з впливом консервативних структур і традиційних форм.

Тому мотиваційні цінності (як і мотиваційну культуру, яку вони представляють) можна розглядати з одного боку, як продукт соціальної культури, а з іншого, як результат процесу соціалізації. А мотиваційну культуру – як зріз культури суспільства, що працює на рівні свідомості та в подальшій реалізації в окремих типах і моделях поведінки [1].

Отже, мотиваційні цінності – це цінності, що регулюють задоволення потреб, інтересів, прагнень людей, займаючи певне місце в свідомості та виявляються в їх поведінці під впливом соціально-психологічних характеристик індивідів та об'єктивних життєвих обставин.

Мотиваційна культура – система мотиваційних цінностей, що організовані певним чином в суспільній свідомості та поведінці людей у повсякденному житті [1]. Вивчення мотиваційної культури має істотне значення для методологічних засад соціологічної науки, оскільки дозволяє виявити причини багатьох соціальних явищ; спрогнозувати появу нових тенденцій в поведінці індивідів, мотивації їх трудової діяльності та розвиток суспільства в цілому, а також запобігти низці соціальних захворювань, їх прояву. Мотиваційна культура не є дещо стале, вона постійно видозмінюється

НАЦІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРИ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

під впливом зовнішніх і внутрішніх умов. Мотиваційні цінності також існують в постійній динаміці, переміщуючись з центру до периферії та обернено. Час від часу відбувається інновація одних мотиваційних цінностей в мотиваційну культуру суспільства та витіснення інших. Мотиваційні цінності як елемент мотиваційної культури конкретного індивіда проявляються в його поведінці, а також мотиваційна культура суспільства проявляється в його поведінці в різних сферах повсякденного життя. У зв'язку з трансформацією свідомості українського суспільства мотиваційні цінності (а значить і мотиваційна культура) в сфері економічних відносин набули змін, які в свою чергу відобразилися на ціннісних орієнтаціях. Формування ціннісних орієнтацій – процес становлення самої особистості, її індивідуальної свідомості та психології під впливом соціального оточення та загальних соціальних умов. Так що і самі ціннісні орієнтації окремої особистості є лише специфічне поєднання суспільних цінностей (та псевдоцінностей), котрі людина засвоює, опановує з суспільної свідомості епохи, народу, свого соціального оточення. Завдяки цьому в мотиваційній орієнтації особистості окреслюється соціально загальне.

Список використаних джерел

1. Терещенко Н. В. Особливості формування мотивації трудової діяльності робітників підприємств в умовах трансформації економічних відносин в Україні // Дис. на здобуття наук. ступ. канд. соціол. н. – 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології.

Трач Юлія Василівна,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри комп'ютерних наук
Київського національного університету
культури і мистецтв

МЕДІААРТ ЯК ВИД СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА

На межі XX–XXI ст. засоби масової інформації, головним чином комп'ютер, Інтернет та мультимедійні засоби, стали активно використовуватися в мистецтві, зумовивши виникнення нових його видів і жанрів, зокрема медіаарту, або мистецтва нових медіа. Медіаарт – це жанр мистецтва, який охоплює твори, створені з допомогою нових медіатехнологій, включаючи цифрове мистецтво, комп'ютерну графіку, комп'ютерну анімацію, віртуальне мистецтво, мережеве мистецтво, інтерактивне мистецтво, комп'ютерну робототехніку, а також біотехнології [2]. Інакше кажучи, мистецтво нових медіа тяжіє до сфери телекомунікацій, засобів масової інформації та цифрових способів подання творів мистецтва, використовуючи можливості концептуального і віртуального мистецтва, та представляючи свої результати у вигляді перформансу та інсталяції.