

**Кушнарєва М. Б.**, кандидат філософських наук, доцент,  
Международный научно-технический университет  
им. Юрия Буяга (Украина, Киев), [mkuznariova@yahoo.com](mailto:mkuznariova@yahoo.com)

#### Особенности возникновения и функционирования цехового устройства в итальянских городах раннего Ренессанса

Статья посвящена рассмотрению особенностей цехового устройства в итальянских городах раннего Ренессанса с учетом характерного для итальянских земель того времени городского полицентризма. Анализ и сопоставление количества ремесленных цехов в разных городах, времени их возникновения, причин таких временных и количественных отличий, сравнение требований к лицу, которое выразило желание стать членом цеха, цеховых статуты, роли и значения цехов в процессе управления городом, а также характера взаимосвязей цехов и городской власти в разных городах создают основания для вывода о неоднородном характере цеховых институтов. Период влияния цехов на политическую жизнь в большей части городов Италии был сравнительно недолгим.

**Ключевые слова:** Ренессанс, Италия, города, ремесло, цехи, цеховые уставы.

\* \* \*

УДК 130.2:329.78

**Русаков С. С.**,  
кандидат філософських наук, старший викладач  
кафедри культурології, Національний педагогічний  
університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ),  
[globus41@ukr.net](mailto:globus41@ukr.net)

#### Нові тенденції молодіжної культури в контексті розвитку креативної індустрії

Висвітлюються нові концепції вивчення сучасного покоління і роль масової культури, яка уявляє світоглядні зміни на рубежі ХХ–ХХІ ст. У статті наводяться приклади зі світової та української культури для вивчення передумов концепції М. Маффесолі і І. Уотерса. Здійснено філософсько-культурологічний аналіз серіалів «Mad men», «Friends» на основі яких показано роль молоді у суспільстві.

**Ключові слова:** нові племена, неотріб'юти, міське плем'я, покоління міленіалів, масова культура, серіали.

Актуальність проблеми детермінована зміною якістю життя і його ритму на рубежі ХХ–ХХІ ст., коли від людини очікується активна соціальна позиція, підтримка товариських і робочих зв'язків. В цей період міста зазнають трансформації і перетворюються у поселення, де значну роль відіграють новий тип місць перебування населення. Водночас у соціо-культурному і політичному житті все голосніше про себе заявляє молодь, яка має можливість розпочати самостійне життя набагато раніше, ніж їх ровесники попередніх поколінь, починається відчутний розрив між традиційною і інноваційною культурою.

Мета статті полягає в аналізі ключових сучасних концепцій міських спільнот в контексті креативної індустрії та їх реконструкція крізь призму масової культури. Вибраний нами ракурс стосується передусім виявлення впливу молодіжної культури на соціокультурні трансформації на рубежі ХХ–ХХІ ст.

В будь-який час існували неформальні суспільні місця зустрічей, які інколи мали суттєвий вплив на розвиток культури. Наприклад, історик Говард Чудакофф вважає, що на рубежі ХІХ–ХХ ст. самотні чоловіки в Чикаго і Нью-Йорку створили новий колективний стиль життя, які втілювались у популярності кафе, клубів і організацій, багатоквартирних будинків. З часом це заклало підвалини низки закладів, без яких не уявляється сучасне місто – спортзали, кав'ярні, клуби тощо [3]. Тобто, провівши історичну паралель спостерігаємо отримання в другій половині ХХ ст. нових можливостей для самореалізації людей, що в подальшому стало основою для якісно нового рівня культуротворчої діяльності, в тому числі і молоддю.

Щоправда, це супроводжується такими негативними процесами як усамітнення і розчинення у великих людських потоках в місті. Тому виникає потреба в гуртуванні з односторонніми відповідно до інтересів, фаху, статі тощо. На нашу думку, це стає основою того, що в контексті креативної індустрії сприяє формуванню «креативних кластерів». На думку експерта ЮНЕСКО Саймона Еванса це спільноти творчоорієнтованих підприємців, які взаємодіють на якійсь замкнутій території. Такі місця призначені не тільки для роботи, але і для життя, для спілкування, врешті-решт для генерування спільних ідей [8].

У сучасній теорії креативний кластер трактується більш широко. Креативний кластер включає в себе некомерційні підприємства, установи культури, центри мистецтва, наукові та медіа-центри. Креативний кластер – це місце, де продукти не тільки виробляються, але і споживаються [13].

Спільноти, які виникають у містах вже отримали концептуальну розробку в філософсько-культурологічних і соціологічних розвідках наприкінці ХХ ст., деякі з них здобули поширення – «нові племена» (Мішель Маффесолі) та «міські племена» (Ітан Уотерс). Такі соціоутворення виникають і розвиваються саме у містах, де неординарні творчі особистості отримують широкі можливості самореалізації. Через це спільноти впливають на культуру. В якості прикладу згадаємо роль паризьких кафе: Е. Хемінгуей був відвідувачем «Кафе Де Флор», а П. Пікассо і А. Модільяні віддавали перевагу кафе «Ротонда». Ці заклади ставали місцем не лише для проведення дозвілля, а й гуртування довкола нових ідей і яскравих особистостей. Кафе «Гербуа» стало альтернативою тодішньої Академії мистецтв, тому його часто називають місцем зародження нової французької культури, адже саме в ньому збирались представники молоді генерации культури, в тому числі художники-імпресіоністи. Кафе стало місцем зустрічі молодих маловідомих митців, яких об'єднувало бажання змінити традиції і канонів класичного живопису. Знову ж таки можемо провести аналогію з моделлю креативних кластерів, коли всі потенційні сили зосереджуються в одному місці і успіх досягається в результаті спільної праці.

В Україні теж були такі заклади, які збирали тематичну аудиторію. Наприклад, львівські кав'ярні, в яких, зважаючи на зuboжіле економічне становище митців, останні отримували доступ до теплого світлого приміщення, де можна було прочитати свіжі газети і журнали, а головне знайти цікаве товариство для дискусій. Ю. Винничук наводить такі спогади: «Кавярня веліла нашому братові забувати про дійсність, давала йому фікцію добробуту й стала його енергією до боротьби з дійсністю, а щонайважливіше: вона творила з нас своєрідне братство людей одної думки і однакових змагань» [1, с. 16].

Зважаючи на всі складнощі в адаптації до ритму життя в містах, який постійно лише зростає, людина потребує в об'єднанні гуртуванні з односторонніми і спільного освоєння з ними певного простору (як фізичного, так і інтелектуального). Наприклад, публіцисти і політики Львова віддавали перевагу таким закладам як льокаль Кучика або «Народна Гостинниця», політики лівого крила – кав'ярні «Кришталева», студенти – «Під стрільцем», представники літературного угруповання

«Молодої музи» – кав'ярні «Монополь» [1, с. 16]. У цих закладах не лише відпочивали, але й інтелектуально проводили час. «Молодомузівці», наприклад, дискутували про суть і завдання мистецтва, шукали нові критерії у літературі. Таким було міське життя Львова сто років тому, але вбачаємо в них ті ж самі соціокультурні функції про які пише сучасник Ітан Уотерс [14]. Позначаючи такі об'єднання концептом «міське плем'я» американський дослідник підкреслює значущість формування суспільного середовища, в якому здійснюється підтримка один одного. Такі «племена» допомагають провести час, відірваний від сім'ї (якщо говоримо про початок ХХ ст., то маємо розуміти це як втечу творчих людей від злиднених умов або буденності, якщо ж про кінець ХХ ст., то дослідники інтерпретують це як бажання простору від батьків і зволікання зі створенням власної сім'ї), більш приемним і головне корисним.

Аналізуючи сучасне покоління, у філософсько-культурологічному і соціологічному зрізі, можна виділити два напрями розробки проблематики їх формування. Перший зосереджує увагу на індивідуалізації («індивідуалізоване суспільство») З. Баумана, «суспільство одиниць» Н. Еліаса, «культура нарцисизму» К. Леша), стверджуючи тим самим, що людина самотужки здатна досягти поставлених цілей, не потребує інших людей [12]. В рамках другого напрямку мова йде про розчинення індивідуальності через участь у нових спільнотах. Наприклад, французький соціолог М. Маффесолі не вважає індивідуалізм важливим принципом організації соціо-культурного порядку в сучасному суспільстві, але розглядає його як відправну точку для розвитку нових форм об'єднань людей.

Крізь призму цієї концепції набуває актуальності вивчення етосу різних спільнот і інтелектуально-емоційний зв'язок, які в них виникають. М. Маффесолі позначає поняттям «нові племена» (неотріб'юти) нову форму об'єднань, які наділяють діяльність людини певним смыслом, пропонує їй певний стиль життя і ідентифікацію з ним. Тобто, вмістах виникають різноманітні форми єднання, суспільство розуміється як розгалужена мікро-племінна мережа: «Племенами я називатиму мікро-групи, поява і поширення яких парадоксальним чином супроводжує масовізацію суспільства» [10, с. 6].

Важливим є розуміння контексту розгляду французьким соціологом нових форм спільнот, а саме «культурного повороту» доби Постмодерну, тому, на думку дослідника, емоційна складова в них передеу раціональній та інтелектуальній. М. Маффесолі стверджує, що у наш час люди об'єднуються не стільки навколо інтересів, скільки навколо символів, називаючи це «постмодерною солідарністю».

О. Мусієздов відзначає, що «постмодерна солідарність» характеризується існуванням соціальних об'єднань («племен»), що виникають як об'єктивація певних символів, які ототожнюються з спільним досвідом, долею, стилем життя тощо. Саме наявність цих конститутивних для групи символів, відрізняє постмодерну солідарність від форм цілеспрямованого об'єднання для задоволення потреб [5].

Науковцем підкреслюється необхідність людини об'єднуватись довкола якоїсь титулованої особи. Таким чином святий покровитель поступається місцевій знаменитості, футбольній команді або нечисленній секті.

«Прагнення «триматися разом» є способом пристосування, «одомашнення» навколишнього світу, який в іншому випадку втілював би загрозу» [4].

Безсумнівно, нинішнє покоління має яскраво виражений індивідуалізм, який протягом ХХ ст. посилювався. Про сьогоденнє покоління міленіалів (народжених на рубежі ХХ–ХХІ ст.) не говорять інакше, як про покоління нарцисів. Сучасні теорії вивчення молодіжної культури розводять дослідників в протилежні концептуальні кути, тому різняться оцінки її впливу на соціальні і культурні практики, а також щодо формування нових феноменів. На нашу думку, концептуальні розробки М. Маффесолі і І. Уотерса влучно підкреслюють трансформацію сучасних суспільних об'єднань, тому сприяють продуктивному аналізу цих практик. Далі ми спробуємо застосувати ці концепції для культурологічного аналізу телесеріалів і супутньої телепродукції, яка, на нашу думку, увиразнює думки вищезгаданих дослідників.

Ці концепції висувуються в період, який фахівці називають постіндустріальним періодом креативної індустрії. В цей час масова культура втрачає комерційну і маніпулятивну характеристики, отримуючи низку наукових розробок, які ставлять акцент на її інноваційно-інтелектуальному характері і активній позиції не тільки творців, а й споживачів.

У 90–х рр. ХХ ст. змінились акценти в культурному просторі – творцями і споживачами культури стала молодь. Література, музика, кіно, телебачення, мода, реклама та ін. як складові креативної індустрії остаточно переорієнтовуються на молодих людей.

М. Маффесолі під поняттям «нових племен» намагається описати широкий діапазон соціальних солідарностей, які якраз пов'язані з вищеперерахованими складовими креативної індустрії і з молодіжною культурою: музичні субкультури, фани телесеріалів, групи за інтересами, команди, утворені навколо авангардних течій у мистецтві, антиглобалісти, екологічні рухи, молодіжні банди, релігійні спільноти, громадські об'єднання, блогери. Д. О. Зацьє пише, що на протигагу племенам у класичному антропологічному розумінні, неотріб'юти не мають власного історичного континууму, тобто вони не безсмертні у соціальному сенсі [2].

Ми зупинимось на поширеній назві «покоління Х» для позначення тих, кому було близько двадцяти років на початку 90–х рр. Саме для них і про них створюється низка європейських і американських телесеріалів, в яких відбувається розробка нової тематики. «Бeverлі-Гіллз, 90210» (1990–2000), «Елен і друзі» (1991), «Район Мелроуз» (1992–1999), «Перші поцілунки» (1991–1995) «Чи боїшся ти темряви?» (1991–1996), «Дивовижна наука» (1994–1998), «Сан-Тропе» (1996–2008) та ін. «Бeverлі-Гіллз, 90210» та «Район Мелроуз» визнані культурологами характерними явищами американської масової і популярної культури 1990–х років, адже зображають молодь з її проблемами і радощами.

У дев'яностих роках тенденції задають саме двадцятирічні, які зросли на нових засадах. Їм притаманна самовпевненість і неприйняття стереотипів, мобільність, хоча і присутня невпевненість у майбутньому. Вони не бояться переїжджати в нові райони або міста, що було неприйнятним для «культури батьків». Проілюструємо це епізодом з серіалу «Mad men», коли у третьому сезоні Пеггі Олсон через тривалу дорогу з помешкання у Брукліні до

місяця роботи, наважується переїхати на Мангеттен і жити поодиночці, у 60-их рр. це було зухвалим вчинком. Серіал «Mad men» – про «культуру батьків», чії діти в науковій літературі позначаються як покоління «X». Якщо вчинкові Пеггі Олсон дивуються, то її син вже не дивитиметься на це так критично.

Серіал «Mad men» відображає реальні зміни, які відбулись у другій половині ХХ ст. Соціологічні дослідження показують, що якщо всередині минулого століття 11% молодих людей у віці 20–29 років мешкало окремо від батьків, то нині їх вже більше 40%. [3, с. 37]. Така зміна пов'язана з появою великих міст і переселенням в них людей, що гарантувало їм новий рівень особистої свободи, що цінується молодими людьми.

Телепроектом про дітей вищезгаданої «культури батьків» можна вважати один з найпопулярніших комедійних серіалів «Друзі». Телесеріал здобув визнання як у професійній аудиторії, так і серед широкого кола глядачів, отримав широке визнання і безліч шанувальників по всьому світу, в тому числі і в Україні. На сьогоднішній день серіал транслюється на телеканалі «Новий», який орієнтується на молодіжну аудиторію, в ранковому ефірі в будні чотири години поспіль. Цей факт свідчить про зацікавленість телеглядачів навіть через десять років після закриття телепроекту, що уможливило його вивчення як важливого культурологічного тексту. Крім того, такий стійкий інтерес українського телеглядача свідчить про кроскультурний характер, який зумів набути серіал.

Наш дослідницький інтерес підсилюється тривалою трансляцією серіалу в українському телепросторі (окремі сезони показували на телеканалах 1+1, ICTV, Сіті), а також його цьогорічне визнання найкращим за всю історію існування серіалів. Такого висновку дійшли автори авторитетного видання «The Hollywood Reporter», які склали список 100 найкращих серіалів за результатами опитування впливових акторів, режисерів і продюсерів. Ця медіа-новина сколихнула увагу широких кіл прихильників серіалу і знову підняла хвилю інформації про його ймовірне продовження. Цікаво, що для цього є суттєвий ґрунт, який свідчить про те, що проект може стати успішним. По-перше, інтернет-спільноти фанів в соціальних медіа вирізняються постійною активністю. По-друге, у найпопулярнішій світовій базі даних фільмів в Інтернеті (IMDb), яку формують телеглядачі, серіал займає 11-е місце, поступившись лише більш пізнішим телепроектам. Отримав визнання телесеріал і серед американської гільдії сценаристів, яка у 2013 р. включила його у список серіалів і програм, що вирізняються найвидатнішими сценаріями (24 місце). Серіал і творча група також отримали шість премій «Еммі» і премія «Золотий глобус».

«Друзі» як явище популярної культури рубежу ХХ–ХХІ ст. стає для нас значущим культурологічним документом, який показує результат унікальних соціальних змін, які відбулись у другій половині ХХ ст.

Рейчел, Моніка, Фібі, Джо, Чендлер і Рос є представниками «міського племені». Незважаючи на різні соціальні, політичні, культурні погляди, вони підтримують один одного, дають поради і переживають найважливіші моменти життя, незважаючи на власті турботи. Концепцію міських племен розвинув журналіст і прихильник серіалу І. Уотерс. Автор говорить, що після повноліття для молоді людини починається низка змін квартир, роботи і сексуальних партнерів, а ось друзі залишаються поряд.

Останні є основою «міських племен». У своїй концепції І. Уотерс зараховує квартирне питання до важливих, а саме із заселенням Рейчел в квартиру Моніки розпочинається перший сезон серіалу. Протягом 236 епізодів у цій квартирі встигли пожити всі головні герої.

Чим зумовлена причина появи міських племен? Одним з пояснень є особливість американської культури, в якій індивідуалізм передує іншим рисам. Літературний критик це називає національною «релігією самозабезпечення», а історик Девід Поттер підкреслив, що американці розглядають це поняття як святиню. Крім економічної незалежності та соціальної захищеності, що стало можливим в другій половині ХХ ст., формування нової субкультури пояснюється загальносвітовими культурними та історичними змінами, які Еміль Дюркгайм називав «культура індивіда». На думку класика французької соціології культ індивіда є результатом переходу традиційних сільських громад до індустріальних міст. Міста створили нові умови, де люди отримують змогу активного соціального і культурного існування.

Поступово у ХХ ст. формується нова міська інфраструктура, яка визначає новий спосіб життя. Е. Кляйнберг простежуючи культурно-історичні витoki індивідуалізму пише, що з цього часу можна не обмежуватися окремими будівлями, клубами, міськими районами або містами, створюється цілий ряд закладів (спортзали, кав'ярні, клуби, житлові комплекси), де можна знайти однодумців [3]. Саме тому складно відповісти, яка локація серіалу є головною – квартира Моніки чи кав'ярня. Якщо раніше основним місцем розгортання сюжету була якась одна локація, то «Друзі» демонструють нові можливості міста. Бари, ресторани, зони розваги і жвава торгівля на центральних площах дозволяють вийти за межі квартири молодому дорослому, що активно використовується творцями серіалу. Невипадково під час розробки серіалу його робочою назвою було «Кафе Безсоння».

Чим же викликаний інтерес глядачів? Що змушує знов і знов зазирати через жовте вічко в квартиру Моніки, а також відчувати смак кави у «Central park»? Оглядач Люсі Манген у рік закриття серіалу висловила: «Ці шестеро одразу стали рідними і залишилися з нами протягом десяти років. «Друзі» були єдиною програмою про нас» [11]. Отже, герої серіалу для глядачів стали по-справжньому близькими як друзі. Про це говорить і цьогорічний телеанонс на українському каналі: «Коли сумно. Коли проблеми на роботі... і в особистому житті. Справжні друзі пізнаються в HD. Відтепер улюблений серіал у HD форматі». Зауважимо, що цей анонс постулює до специфіки телесеріалу, яка обумовлена інтертекстуальністю, складною семіотичною структурою і наявністю культурних реалій (Є. Кім).

Для нашого дослідження телесеріал є знаковим культурологічним текстом також через те, що він перетнув рубіж. Серіал транслювався з 1994 по 2004 рік, а падіння його рейтингу, на нашу думку, пов'язано із зміною покоління телеглядача. Покоління «X», яке бачило в ньому самих себе, подорослішало, а їхні наступники – покоління «Y» прагнуло нових персонажів, тем і сюжетних ходів, що врешті втілилось у таких телепроектах «Як я познайомився з вашою мамою» (2005–2014), «Теорія великого вибуху» (2007 – донині) та ін.

Плідною для розуміння ціннісних змін молоді на вітчизняних теренах і цікаве порівняння може дати



сучасна рефлексія серіалу «Друзі» масовою культурою у формі різних пародіювань.

Наприклад, українською студією «Квартал 95» створена пародія на американський оригінал. Під відомий саундтрек і в знайомих для фанатів декораціях розігруються різні перипетії, які зображають сучасну українську політику як режисований серіал. Зміна лідерів країни подається як зміна персонажів в серіалі, а сама назва «Друзі» відсилає до крилатого вислову другої половини 2000-х рр., яким характеризувалась специфіка тодішнього вітчизняного політикуму. Загалом така пародія пов'язана з особливістю творчої діяльності студії, яка в якості об'єкту свого гумору переважно обирає політику.

Більш культурологічно плідною для аналізу є «текст» пародії серіалу «Друзі» в телепередачі «Велика різниця» [6], який сприяє актуалізації низки запитань, які сприяють порівнянню американської і вітчизняної моделі розвитку молодіжної культури.

Події розгортаються в квартирі Моніки і Рейчел, персонажі спілкуються у притаманному для них вільному жартівливому стилі, аж раптово з'являється ще один несподіваний персонаж – за квартирою, наче на знімальному майданчику, спостерігає радянський лідер Л. І. Брежнев. Звичайно, хронологічно межі телесеріалу і період керування ЦК КПРС Леонідом Іллічем відрізняються. Проте, на нашу думку, тут прослідковується певна концептуальна закономірність, адже саме 1964–1982 рр. (роки, коли генеральним секретарем був Брежнев) вважаються періодом народження покоління X (прийнято вважати, що це 1965–1979 рр.). Який же вік героїв серіалу «Друзі»? Моніка в першому сезоні говорить, що їй 26 років, отже вона народилась у 1969 р. У такому ж віковому діапазоні знаходяться й інші персонажі. Отже, можемо стверджувати, що вони є представниками покоління X і народжені в час, який на наших теренах йменується як період «застою».

Розуміння смислів, які закладені в цьому телесюжеті може вирізнятися від обраного шляху інтерпретації, адже зважаючи на часовий алогізм глядач може зрозуміти пародію як розгляд впливу радянської спадщини на культуру 90-х рр. (СРСР і покоління X) або впливу жорсткої регламентації життя (СРСР і «культура батьків»). Вивчення коментарів глядачів в мережі Інтернет не дає підстав для якогось узагальнення не стільки через їхню невелику кількість, скільки через характер неприйняття цієї пародії у зв'язку з, на думку телеглядачів, псуванням ідеї серіалу або ностальгією за СРСР. Обом категоріям глядачів, які безперечно світоглядно відрізняються одна від одної, не сподобалась пародія. Перші вважають, що не варто псувати ідею серіалу, бо він і так сповнений гумору, другі – сакралізуючи минуле, вважають таку сатиру недоцільною.

Характер цих коментарів може бути ефективним для культурологічного аналізу, адже вони відображають певні тенденції у суспільстві, крім того, показують, що пародія сама по собі інколи об'єднує різну глядацьку аудиторію. Проте, на нашу думку, ці коментарі мають більш емоційний характер і позбавлені рефлексивності, адже відбувається оцінка лише поверхневого рівня сюжету.

Автори пародії в українській телепередачі «Велика різниця», на нашу думку, створили концептуальний каламбур і на прикладі серіалу 1990–200-х рр. показали вплив радянської ідеології з розкриттям усіх її недоліків:

цензура – пародія починається як звичайна серія, проте через певний час в якості «рецензента» втручається Л. І. Брежнев, якого показують зі спини як глядача, який переглядає кінострічку;

боротьба з космополітизмом – «рецензент» вважає, що серіал повинен бути «багатосерійним радянським фільмом, який пронизаний комуністичною ідеєю», через це на його думку на екрані не повинно бути «джинсів, пепсі і секса», а закадровий сміх слід замінити чимось іншим (з цього моменту лунає багатоголоسة «Урррра!»);

регламентація суспільного життя – «Ранок радянського студента не може розпочинатись з перегляду телевізора», – стверджує «рецензент» і всі миттєво починають робити гімнастику;

придушення вільномислення і інакомислення – коли «рецензент» вперше втручається в серіал, то запитує про російську мову. Отримавши відповідь, що це американський серіал і в ньому ніхто нею не спілкується, він зауважує на важелі впливу, говорячи: «Зрозумів–зрозумів. Не я, не політбюро, не мої друзі з КДБ не змушують, але є думка, щоб цей серіал був російською». Всі діалоги персонажів вмиг стають російськомовними;

зрівнялівка – наприкінці пародії персонажі отримують радянські імена – Фрося, Маша, Рая, Женя і Чінгіз;

закритість кордонів – «Джої» радісно говорить, що в нього є квитки на літак в Маямі, але «рецензент» говорить: «Ну що ж товариши! Маямі справді чудове місце, щоб підлікуватись після копалень». Тепер «Джої» вимушений говорити: «У мене чудова новина. Відповідно до указу ЦК КПРС нас як передовиків відправляють на БАМ».

Зауважимо, що ця пародія відповідає складному шляху кінострічок через редакційні колеги кіностудій і Держкіно СРСР, де змушували авторів вносити численні правки. У 70-ті рр. відбулась активізація цензорів (через соціально-політичну ситуацію в Європі та ін.) не тільки в радянських кінострічках, але й в іноземних. Наприклад, у фільмі «О, щасливчик!» Ліндсея Андерсона було вирізано близько 45 хвилин екранного часу, що змінило його сенс і концепцію. Кінострічку Бернардо Бертолуччі «Конформіст», цензори не тільки скоротили на 32 хвилини а й змінили асоціативний розвиток подій і вибудували все в хронологічному порядку.

Отже, вкотре можемо пересвідчитись, що культура є динамічною системою, розвиток якої стимулює молодь, яка здатна до створення креативного (якісно нового) культурного продукту. У великих містах, де є можливість для розкриття потенціалу, вона водночас може відчутти себе самотньою. Для уникнення цього відчуття і ефективного проведення часу молодь об'єднується. Це проілюстровано прикладами імпресіоністів у Франції, «Молодої Музи» в Україні. Сьогодні – це музичні субкультури, фанівська культура, антиглобалісти, екологічні рухи, блогери та ін. Для їх вивчення і розуміння ефективними є концепції М. Маффесолі і І. Уотерса, які пропонують продуктивний підхід у вивченні мікрогруп мешканців великого міста, які гуртуються задля спілкування і взаємодії на основі спільних життєвих поглядів і вподобань.

#### Список використаних джерел

1. Винничук Ю. Кнайпи Львова / Ю. Винничук. – Львів: ЛА «Піраміда», 2005. – 292 с.
2. Заєць Д. О. Нові медіа та публічність: класичні концепції та соціокультурне осмислення / Д. О. Заєць // Вісник Харківського

національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2012. – №993. – С.48–52.

3. Кляйнберг Э. Жизнь соло: Новая социальная реальность / Эрик Кляйнберг. – М.: Альпина нон-фикшн, 2014. – 279 с.

4. Маффесоли М. Околдованность мира или божественное социальное / М. Маффесоли // СОЦИО-ЛОГОС. – М.: Прогресс, 1991. – С.274–283.

5. Мусієздов О. Трохи про Кубу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uamoderna.com/blogy/oleksi-musiezdzov/troxi-pro-kubu-revolucyjna-romantika-vs-burzhuzne-spozhyvanja>

6. Серіал «Друзі». Пародія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=skY06AeSi-s>

7. Хакімова Е. Р. Креативный кластер в концепции инновационной системы / Е. Р. Хакімова // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №2. – С.236–238.

8. Evans S. Creative clusters: key concepts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page\\_id=1599](http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599)

9. Kasprzak-Choińska A. Konsument ponowoczesny. Nowe trendy w zachowaniach nabywczych i ich konsekwencje dla marketingu / Stud. Mater. Wydz. Zarz. UW 2. – 2007. – S.14–20.

10. Maffesoli M. The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in the Mass Society. – SAGE, 1996. – 176 p.

11. Mangan Lucy Six of the best [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dawn.com/weekly/review/archive/040506/review1.htm>

12. Olcon M. Blogi jako przejaw współczesnego trybalizmu / w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.) Społeczna przestrzeń internetu. – Warszawa: Academica. – 2006. – S.147–161.

13. Potts J. Art & innovation: an evolutionary economic view of the creative [Електронний ресурс] / UNESCO observatory, Faculty of architecture, building and planning, the university of melbourne refereed e-journal, 2007. – Режим доступу: [http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art\\_innovation.pdf](http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf)

14. Watters E. Urban Tribes: Are Friends the New Family? – Bloomsbury USA, 2004. – 272 p.

#### References

1. Vynnychuk Yu. Knaipy Lvova / Yu. Vynnychuk. – Lviv: LA «Piramida», 2005. – 292 s.

2. Zaiets D. O. Novi media ta publichnist: klasychni kontseptsii ta sotsiokulturne osmyslennia / D. O. Zaiets // Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. – 2012. – №993. – S.48–52.

3. Kliaiberh E. Zhyzn solo: Novaia sotsyalnaia realnost / Eryk Kliaiberh. – М.: Alpyna non-fykshyn, 2014. – 279 s.

4. Maffesoli M. Okoldovannost myra yly bozhestvennoe sotsyalnoe / M. Maffesoli // Sotsyo-lohos. – М.: Prohress, 1991. – S.274–283.

5. Musiezdov O. Trokhy pro Kubu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://uamoderna.com/blogy/oleksi-musiezdzov/troxi-pro-kubu-revolucyjna-romantika-vs-burzhuzne-spozhyvanja>

6. Serial «Druzi». Parodiia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.youtube.com/watch?v=skY06AeSi-s>

7. Khakymova E. R. Kreatyvni klaster v kontseptsyy ynnovatsyonnoi systemy / E. R. Khakymova // Teoriya y praktyka obshchestvennoho razvytyia. – 2013. – №2. – S.236–238.

8. Evans S. Creative clusters: key concepts [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: [http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page\\_id=1599](http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599)

9. Kasprzak-Choińska A. Konsument ponowoczesny. Nowe trendy w zachowaniach nabywczych i ich konsekwencje dla marketingu / Stud. Mater. Wydz. Zarz. UW 2. – 2007. – S.14–20.

10. Maffesoli M. The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in the Mass Society. – SAGE, 1996. – 176 p.

11. Mangan Lucy Six of the best [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.dawn.com/weekly/review/archive/040506/review1.htm>

12. Olcon M. Blogi jako przejaw współczesnego trybalizmu / w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.) Społeczna przestrzeń internetu. – Warszawa: Academica. – 2006. – S.147–161.

13. Potts J. Art & innovation: an evolutionary economic view of the creative [Elektronnyi resurs] / UNESCO observatory, Faculty of architecture, building and planning, the university of melbourne refereed e-journal, 2007. – Rezhym dostupu: [http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art\\_innovation.pdf](http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf)

14. Watters E. Urban Tribes: Are Friends the New Family? – Bloomsbury USA, 2004. – 272 p.

*Rusakov S. S., candidate of philosophical sciences, senior lecturer of Department of Culturology, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), [globus41@ukr.net](mailto:globus41@ukr.net)*

#### New tendencies of youth culture in the context of creative industry development

*The article is about new directions in study of modern generation and the role of popular culture, which emphasizes ideological changes in the turn of XX–XXI centuries. This article provides examples of European and Ukrainian cultures to explore preconditions of M. Maffesoli's and J. Waters's concepts. Philosophical and cultural analysis was done on the bases of series «Mad men», «Friends». On the example of which new role of youth in the society is demonstrate.*

**Keywords:** new tribes, neotributes, urban tribe, generation of millennials, popular culture, series.

*Русаков С. С., кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры культурологии, Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова (Украина, Киев), [globus41@ukr.net](mailto:globus41@ukr.net)*

#### Новые тенденции молодежной культуры в контексте развития креативной индустрии

*Освещаются новые концепции изучения современного поколения и роль массовой культуры, которая подчеркивает мировоззренческие изменения на рубеже XX–XXI ст. В статье приводятся примеры с мировой и украинской культуры для изучения предпосылок концепций М. Маффесоли и И. Уотерса. Осуществлен философско-культурологический анализ сериалов «Mad men», «Друзья» на основе которых показана новая роль молодежи в обществе.*

**Ключевые слова:** новые племена, неотрибуטים, городское племя, поколение миллениалов, массовая культура, сериалы.

\*\*\*

УДК 1:378.091(4–672 ЕС)

**Соболь Т. В.,**  
кандидат філософських наук, молодший науковий співробітник, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна, Київ), [tanyasobol@bigmir.net](mailto:tanyasobol@bigmir.net)

**Туренко В. Е.,**  
кандидат філософських наук, молодший науковий співробітник, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна, Київ), [amo-ergo\\_sum@ukr.net](mailto:amo-ergo_sum@ukr.net)

**Ярмолицька Н. В.,**  
кандидат філософських наук, науковий співробітник, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна, Київ), [natashav63@ukr.net](mailto:natashav63@ukr.net)

#### ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ БОЛОНСЬКОГО ПРОЦЕСУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

*Розглянуті особливості впровадження головних принципів Болонської декларації в системи вищих освітніх різних європейських країн.*

*Метою даної статті є аналіз труднощів реалізації вимог Болонського процесу при формуванні європейського освітнього простору. Втілення даної мети вимагало використання історичного методу, для аналізу формування міжнародних стандартів вищої освіти та компаративного методу для виявлення специфіки втілення міжнародних освітніх принципів у європейські системи вищої освіти.*

*Встановлено, що найважчим для багатьох європейських країн виявилось впровадження підвищених стандартів якості освіти, реалізація академічних свобод та автономії у вищих навчальних закладах.*

**Ключові слова:** Європейський освітній простір, Болонська декларація, автономія, університети, мобільність, вища освіта, принципи, Болонський процес.

Головною задачею вищої освіти будь-якої країни в усі часи була підготовка висококваліфікованих працівників, які сьогодні повинні не лише володіти фаховими знаннями, але й вміти їх використовувати та вдосконалювати, орієнтуватися та адаптуватися до складних соціально-культурних, економічних та