**Анкета участника**

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО | Рыбка Н.Н. |
| Место работы | ОНПУ |
| Должность | Доцент каф. философии и методологии науки |
| Ученая степень и ученое звание | Канд. филос. наук |
| E-mail | Rybka\_natalie@mai.ru |
| Контактный телефон | -066-406-25-16 |
| Почтовый адрес | Г. Одеса, пер.ген. Вишневского 15/25 |
| Название темы доклада | Провокація у сучасному мистецтві як стереотипна діяльність |
| Необходимость бронирования гостиницы (дата заезда и дата отъезда) | -- |
| Требуется ли оборудование для презентации? Да/Нет | --- |

Рибка Н. М., канд.філос.наук,

доцент кафедри філософія та методологія науки

Одеського національного політехнічного університета

**ПРОВОКАЦІЯ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ**

**ЯК СТЕРЕОТИПНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Митець та його творіння у глобалізованому інформаційному світі мають набагато більший авторитет та вплив, мистецтво набуло сильну соціальну спрямованість і використовується як інструмент інтеграції, пропаганди, привернення уваги громадськості до тієї чи іншої проблеми, а тому можуть породжують культурні, соціальні, політичні та інші ризики, і мають бути ретельно досліджені.

Серед найбільш помітних та резонансних особливостей сучасного мистецтва виокремлюється його провокативність. Провокативні технології у мистецтві, маючи глибоку історичну традицію, саме зараз стали практично атрибутивною ознакою. масовими, повсякчасними, фактично вимогою.

Провокативність у культурі та мистецтві вивчалась методами психології, культурології, педагогіки, у даному дослідженні провокація у мистецтві має бути розглянута із позиції теорії діяльності, та визначені її характерні ознаки та перспективи.

Широко розповсюджений підхід до провокації як до одного із методів маніпуляції [1-3]: жага до ломки соціальних стереотипів сама перетворилась на стереотип. При цьому провокація, втративши первісний зміст, набуває міцний маніпулятивний контекст, завдяки можливості інтенсивно емоційно впливати.

Причини цього ми пов’язуємо, з одного боку, із тими наслідками глобалізації економіки (загострення конкуренції, комерціалізація мистецтва, використання мистецтва у маніпулятивних технологіях), а, з іншого, процесами інтелектуалізації та масовізації творчої діяльності взагалі. Причому перший фактор повністю підпорядковує другий, породжуючи феномен фальшивої, неправдивої творчості, породжуючи та затверджуючи стереотипи.

А отже, інтелектуальна посередність «людини маси», його гіперемоційність і сугестивність, підвладність стереотипам масової свідомості на тлі гострої конкуренції, комерціалізації у мистецтві, створюють, у сукупності, сприятливе середовище для ефективного використання провокування, що практично втратило свою творчу сутність, та стало ще одним стереотипом, завдяки якому здійснюється маніпулювання свідомістю.

1. Морозова Е.А. Социально-психологическое исследование художественной провокативности (на примере современного авангардного искусства/ Е.А. Морозова: автореф. дис. ... канд. псих. наук : 19.00.05. **–** M, 2005. **–** 24 с.

2. Саенкова Е.А. Провокативность в современной культуре и наследие кинизма/ Саенкова Е.А.// Визуальные образы современной культуры: традиции и новации в культуре мегаполиса: Сборник научных статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 10-11 апреля 2014 г. / Редкол.: П.Л. Зайцев и др. – Омск: Золотой тираж, 2014. **–** С.49-53.

3. Степанова В.Н. Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации/ В.Н. Степанова: СПб: Изд-во "Роза мира", 2004. **–** 263 с.