

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД

**“Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”**

кафедра філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності

МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених

**“КОНЦЕПТИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА”**



(Одеса, 22-23 травня 20235 року)

Одеса -2025

УДК: 1:403:316.6 (08)

Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства //
Матеріали VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» (Одеса, 22-23 травня 2025 р.) 189 с.

Рецензенти:

Голубович Інна Володимирівна – доктор філософських наук, професор, завідувачка кафедри філософії Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова

Єременко Олександр Михайлович – доктор філософських наук, професор кафедри філософії Національного університету «Одеська юридична академія»

- Збірник матеріалів VI Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства» вміщує матеріали, які досліджують соціокультурні засади трансформацій ціннісної сфери життєдіяльності суспільства; соціокультурні трансформації молодіжного соціуму; соціокультурні трансформації освітнього середовища; культуру бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства; філософію менеджменту соціокультурної діяльності у контекстуальному полі глобальних трансформаційних процесів. Рекомендовано для науковців, педагогів, докторантів, аспірантів, студентів.

Ухвалено до друку та розповсюдження мережею інтернет вченою радою Державного закладу «Південноукраїнський державний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», протокол № 17 від 26 червня 2025 р.

«Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства»

22-23 травня 2025 року

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

А. В. Красножон – ректор Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор історичних наук, професор.

Заступники голови:

Копусь Ольга Антонівна – перший проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор педагогічних наук, професор.

Музиченко Ганна В'ячеславівна – проректор з наукової роботи Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», доктор політичних наук, професор.

Борінштейн Євген Русланович – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Члени оргкомітету:

Лісеєнко Олена Василівна – доктор соціологічних наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності, завідувач історико-філософського відділення Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Петінова Оксана Борисівна – доктор філософських наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Атаманюк Зоя Миколаївна – доктор філософських наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

веде жорстоку боротьбу не лише за свою територіальну цілісність, а й за національну ідентичність, мову, історичну пам'ять та культурну спадщину. У сучасних умовах війни культурний фронт набуває особливого значення, адже через мистецькі практики ми можемо доносити світові правду про злочини агресора, про знищення Росією наших історичних пам'яток, музеїв, храмів та унікальних об'єктів культурної спадщини.

Сучасні технології відкривають нові можливості для представлення української культури у світі. Онлайн-виставки, цифрові архіви, віртуальні музеї стають не лише інструментами культурної дипломатії, а й засобами збереження та документування того, що зникає під ударами війни.

У цьому процесі важливу роль відіграє менеджер соціокультурної діяльності, який є ключовою фігурою в організації виставкової роботи. Його завдання полягає не лише в плануванні та координації заходів, але й в активному впровадженні інноваційних технологій, аналізі потреб аудиторії, пошуку нових форматів комунікації та залученні громадськості до культурного діалогу. Саме від фаховості та креативності менеджера залежить ефективність презентації мистецьких проєктів як в Україні, так і на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Офіційний Блог – Google Україна. «Україна поруч. Новий розділ»: Відкрийте для себе людей, місця та скарби, які формують культуру України. URL.: <https://ukraine.googleblog.com/2024/09/blog-post.html> (дата звернення 28.04.2025).
2. Проєкт «Україна в мініатюрі». URL.: <https://miniature.in.ua/uk/> (дата звернення 28.04.2025).

Стойкова Кароліна – студентка 4 курсу соціально-гуманітарного факультету Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського», спеціальність 028 Менеджмент соціокультурної діяльності

БІЗНЕС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й ТРАНСЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

У період глибоких соціокультурних трансформації спричинених революцією гідності війною з Росією та інтеграцію європейського культурного простору в Україні посилилася роль бізнесу як не лише економічного і культурного актора. У сучасних умовах підприємницька діяльність дедалі частіше виконує функції Збереження популяризації та трансляції національної ідентичності, мови, традиції та мистецтва. Така зміна парадигми вимагає

переосмислення бізнесу Як платформи для розвитку і відтворення української культури [3].

Після 2014 року українське суспільство вступила в активну фазу національного самовизначення це процес супроводжується зростанням інтересу до власної історії мови традицій у відповідь на цей запит з'являються нові бізнес-моделі засновані на цінностях автентичності спадкоємності та лояльності. Компанії дедалі частіше позиціонують себе як носій української культури [5].

Креативна економіка — одна з найдинамічніших сфер сучасного бізнесу мода музика кіно астрономія література не лише генерують прибуток але й стають засобами трансляції культурних смислів. Участь українських брендів у міжнародних виставках, тижнях моди, мистецьких формах формує позитивне культурний іміджу України у світі, зокрема як України з унікальною спадщину та сучасно креативним потенціалом.

Чимало підприємницьких ініціатив в Україні мають соціальну складову спрямована на підтримку митців розвитку мовної культури, проведення освітніх заходів. Такі проекти функціонують на межі бізнесу, культури та громадської діяльності,. Прикладами є книгарні з культурною програмою, Арт-простори, локальні освітній хаби тощо [6].

Локальні туристичні ініціативи — екскурсії, агросадиби, етно фестивалі — поєднують економічну активність популяризації культурної спадщини. Вони створюють можливість занурення в автентична культурне середовище, одночасно підтримуючи малі громади та традиційні помисли.

Сучасні українські бренди активно використовують культурні коди — мову, символіку, фольклорні образи — у маркетингових компаніях. Таким чином культура стає не лише змістом ай інструменту формування емоційного зв'язку з аудиторію [2].

В умовах війни з Росією бізнес виступає не лише як економічний інструмент, а як учасник культурного фронту. Підприємництва підтримують українську мову, волонтерять на користь відбудови музеїв, бібліотек, фінансують культурні ініціативи для збереження національної пам'яті. Таким чином бізнес не просто адаптується до нових умов, активно формує їх.

Креативна економіка, що ґрунтується на інтелектуальні власності, інноваціях, дизайні та культурному капіталі, стає важливим напрямом сучасного українського бізнесу. Саме в цьому секторі спостерігається найвища концентрація бізнесів, пов'язаних із культурним виробництвом: видавнича справа, мода, архітектура, графічний дизайн, кіновиробництва, реклама, музична індустрія. Кожен з цих напрямів не лише створює економічну вартість ай транслює культурні змісти, формую нову ідентичність.

Унікальність креативного бізнесу полягає в тому, що його основний ресурс — це не сировина, а символи, значення, наративи. Українські бренди

дедалі частіше звертаються до глибоких культурних шарів, таких як етнографія, національна міфологія, архетипи, історичні події. Через це їх продукція набуває лише утилітарного значення, емоційною та символічної ваги [2].

Одним із яскравих прикладів є бренд одягу «Gunia Project», що створює предмети побуту та аксесуари, знання українськими традиційними формами та техніками — керамікою, гобеленами, вишивкою. У своїх проектах команда активно співпрацює з музеями, дослідниками та майстрами народної творчості. У такий спосіб відбувається не просто комерціалізація культури, а її осучаснення і залучення до повсякденного життя [4].

Ще одним прикладом є бренд одягу «Етнодім», що інтегрує українську вишивку у сучасні моделі одягу, роблячи традиційне — стильним молодіжним модним. Такі приклади демонструють, як бізнес може створювати нову моду культури, у якій давній сучасна існують у діалозі, а не в конфлікті.

Книжкові видавництва на кшталт «Видавництва старого Лева» також є прикладом синтезу бізнесу та культури. Вони створюють не просто продукт, а цілу екосистему — з подіями, культурними компаніями, Інклюзивне ми проектами [1].

Бізнесу сучасній Україні поступово трансформується в інституцію, що виконує культурно місцю. Збереження та трансляції української культури через підприємницьку діяльність відкриває нові можливості для національного розвитку, міжнародного позиціонування та формування стійкого, відповідального суспільства. У перспективі така інтеграція бізнесу і культури може стати одним з ключових чинників культурне модернізації України.

У сучасній Україні бізнес, що працює з культурою, виконує роль соціального інтегратора, надає громада нові ресурси для самореалізації, форму сучасну українську ідентичність. У пост індустріальному світі, де ідеї мають більше вагу, ніж матеріальні ресурси, сама культура стає основою для сталого розвитку. Майбутнє за тими формами бізнесу, які не лише відповідають за потреби споживачів, а й формують нові потреби — самовираженні, спадкоємності, спів причетності. Культурне підприємництво — це не лише спосіб зберегти минуле, збудувати майбутнє.

Список використаних джерел

1. Видавництво старого лева. Видавництво Старого Лева. URL: https://starylev.com.ua/events/knyzkovi-potisky-u-knygarni-kavyarni-v-odesi?srsId=AfmBOorG4JPSs3V4ZzRitjFrPAuXuD4spf_frb9EMZPmaznQVMZU45_J (дата звернення: 01.06.2025).
2. Культурна спадщина та інноваційна екосистема України. ІР офіс (УКРНОІБІ) - IP Office (UANIPIO). URL: <https://nipo.gov.ua/kultura-innovatsijna-ekosistema/> (дата звернення: 01.06.2025).

3. Показ весняної колекції "Маминої світлиці" та Етномайстерні на Etno fashion day.15.04.2018 року - Магазин-салон українського вишиття "Мамина Світлиця". Магазин-салон українського вишиття "Мамина Світлиця". URL: <https://svitlycyia.com.ua/pokaz-vesnyanoji-kolektsiji-mamynoji-svitlytsi-ta-etnomajsterni-na-etno-fashion-day.html> (дата звернення: 01.06.2025).

4. Про нас. GuniaProject. URL: <https://guniaproject.com.ua/pro-nas/> (дата звернення: 01.06.2025).

5. Роль інноваційного етно-підприємництва у забезпеченні економічного розвитку громад - Бізнес-школа УКУ. Бізнес-школа УКУ. URL: <https://lvbs.com.ua/business-reserch-lab/rol-innovatsijnogo-etno-pidpryyemnytstva-u-zabezpechenni-ekonomichnogo-rozvytku-gromad/> (дата звернення: 01.06.2025).

6. Cultural Entrepreneurship | OpenHeritage. OpenHeritage – People. Places. Potential. URL: <https://openheritage.eu/cultural-entrepreneurship/> (date of access: 01.06.2025).

Секція 5. Філософія менеджменту соціокультурної діяльності у контекстуальному полі глобальних трансформаційних процесів

Аксьонова Віра Ігорівна, доктор філософських наук, професор, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, Донецький державний університет внутрішніх справ, м. Кропивницький;

Дорул Данило Артемович, студент II курсу, освітня програма «Економічна безпека підприємства», Донецький державний університет внутрішніх справ, м. Кропивницький.

ДУХОВНІСТЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СМИСЛ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БУТТЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність проблеми обумовлена конструктивними змінами епістемологічної ситуації в філософській науці, динамічністю сучасної інтелектуальної сфери, появою нових проблемно-тематичних пріоритетів, методологічних підходів, розширенням та поглибленням філософських знань. В умовах глобального інформаційно-комунікативного суспільства на передній

ТВОРЧИСТЮ ТА ОСОБИСТІСТЮ

Рилова Ольга Юріївна 133

ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Федорова Інна Валеріївна, Тімурка Вікторія Іллівна 135

НОВІ СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ В ОСВІТІ НА СУЧАСНОМУ ІСТОРИЧНОМУ ЕТАПІ В УКРАЇНІ

Яковенко Марина Леонідівна 140

ОСОБЛИВОСТІ ЗМІНИ ЗАПИТІВ НА ЗНАННЯ ТА ПРОФЕСІЙНУ РЕАЛІЗАЦІЮ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Секція 4. Культура бізнесу в умовах соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства

Базелюк Оксана Василівна, Петінова Оксана Борисівна 142

ТРАНСФОРМАЦІЯ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІД ПРИБУТКУ ДО СОЦІАЛЬНОЇ МІСІЇ

Лунгу Лілія Павлівна, Атаманюк Зоя Миколаївна 146

ЩО ТАКЕ КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ І ЯК ВОНА ФОРМУЄТЬСЯ?

Солдатенко Олександр Ігорович, Сахно Світлана Віталіївна 152

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Солдатенко Олександр Ігорович, Смаглюк Карина Русланівна 154

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ХУДОЖНІХ ВИСТАВОК

Стойкова Кароліна 156

БІЗНЕС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й ТРАНСЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Секція 5. Філософія менеджменту соціокультурної діяльності у контекстуальному полі глобальних трансформаційних процесів

Аксьонова Віра Ігорівна, Дорул Данило Артемович, 159

ДУХОВНІСТЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СМИСЛ ІНДИВІДУАЛЬНОГО БУТТЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ГЛОБАЛЬНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА

Дилян Анна Віталіївна 164

ФІЛОСОФІЯ ГРОШЕЙ І РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ: ЦІННІСНА ПРИРОДА ОБМІНУ В УМОВАХ КРИЗИ