

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»



МАТЕРІАЛИ

X Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених
присвяченої 30-річчю створення кафедри філософії, соціології та менеджменту
соціокультурної діяльності та 205-річчю Університету Ушинського

ОСВІТА ТА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ

ОДЕСА-2022

УДК: 37+316.61

О72 Освіта та соціалізація особистості // X Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (Одеса, 22-23 квітня 2022 р.) 92 с.

Рецензенти:

Попков Василь Васильович - доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри політології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Халапсис Олексій Владиславович - доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Дніпровського державного університету внутрішніх справ.

Збірник матеріалів Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Освіта та соціалізація особистості» присвячено 30-річчю створення кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності та 205-річчю Університету Ушинського і вміщує матеріали, які досліджують освіту ХХІ століття, інновації та перспективи розвитку; стан та проблеми реформування системи української освіти; філософію освіти перед викликами сучасності; молодь в освітньому просторі: механізми соціалізації та самореалізації; соціальну адаптацію особистості в умовах суспільних трансформацій; ціннісні орієнтири та культурні практики особистості в українському суспільстві та розглядаються девіації та суспільні рухи у соціальному просторі сучасної України. Рекомендовано для науковців, педагогів, докторантів, аспірантів, здобувачів освіти.

Ухвалено до друку та розповсюдження мережею інтернет вченою радою Державного закладу «Південноукраїнський державний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (протокол № 11 від 30 червня 2022 року)

«Освіта та соціалізація особистості»

22-23 квітня 2022 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, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Призвичаїти свій організм до певного графіка може бути непросто, місяцями навіть важко, однак ці зусилля будуть винагороджені силою і міццю організму в боротьбі із зовнішніми шкідливими чинниками. Під здоровим способом життя слід розуміти типові форми та способи повсякденної життєдіяльності людини, які зміцнюють і вдосконалюють резервні можливості організму, тим самим забезпечуючи успішне виконання своїх соціальних і професійних функцій незалежно від політичних, економічних і соціально-психологічних ситуацій [3].

Наше суспільство має потребу здорового духу і тіла. Важливо на суспільному рівні, завдяки соціокультурним проєктам, забезпечувати об'єднання спільноти над досягненням цілі «В здоровому тілі – здоровий дух». Спосіб життя має найбільший вплив на стан здоров'я, а здоровий спосіб життя, в свою чергу, закладає фундамент гарного самопочуття, зміцнює захисні сили організму та розкриває потенційні можливості самореалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Здоровий спосіб життя – шлях до здоров'я : веб-сайт. URL: <https://zdrav.ck.gov.ua/uk/content/zdorovyuy-sposib-zhyttya-shlyah-do-zdorovya> (дата звернення 03.04.2022)
2. Здоровий спосіб життя : веб-сайт. URL: <https://vmc.vn.ua/homepage/statut-koledzha/item/10-dictum-varius-risus-neque?showall=1> (дата звернення 05.04.2022)
3. Формування здорового способу життя : веб-сайт. URL: <https://velykoseverynivska-silrada.gov.ua/formuvannya-zdorovogo-sposobuzhyttya/> (дата звернення 06.04.2022)
4. Формування здорового способу життя : навчально-методичні рекомендації / Андріюченко Т. та ін. : за ред. О. Вакуленка. Київ : ДУ «Державний інститут сімейної та молодіжної політики», 2018. 100 с.

Семко Яна Сергіївна – кандидат філософських наук, викладач кафедри всесвітньої історії та методології науки ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

ПОШИРЕННЯ КОНСЬЮМЕРИЗМУ В ІДЕОЛОГІЧНИХ ОБРІЯХ ПОСТМОДЕРНУ

Сфера постмодерну глобальна за своїми масштабами, тому що стосується світосприйняття, реакції сучасної людини на те, що відбувається у світі, причому реакції швидше не раціональної, а емоційної. Це явище отримало назву «постмодерністської чутливості» [4, с. 205] і стало одним із ключових понять постмодернізму. У західній теорії постмодернізм визначається як вираз «духу часу» у всіх сферах людської діяльності: мистецтві, соціології, філософії, науці, економіці, політиці [4, с. 201], а його домінуючою ознакою оголошується

еклектизм як нульова ступінь загальної культури [7, р. 334-335]. Значну роль тут відіграють ЗМІ: вони пропагують гедоністичне ставлення до життя, розкручують споживчий тип особистості.

В теорії споживання склалася бінарна система сутнісного підходу до цього явища: з одного боку, споживання сприймається як вибір, купівля, використання товарів (чи послуг), з іншого боку, як виробництво і тлумачення символів (або символів). На наш погляд, акцент потрібно робити саме на останньому варіанті підходу, типовому для постмодерністського напрямку. В цьому ракурсі найбільш вагомих теоретичний пласт дослідження цієї проблематики найвагомніше представлений у роботах В. І. Ільїна [2, 3] та Ж. Бодрійяра, що позиціонує споживання як діяльність, пов'язану з «систематичним маніпулюванням знаками» [1, с. 213].

У дослідженнях кінця ХХ ст. консьюмеризм постає як процес не тільки суто економічний, але й переважно соціальний, що активно експлуатує культурні знаки та символи. Консьюмеризм обумовлений не стільки базовими потребами, скільки символічним змістом, який суспільство вкладає в речі, так він стає для масової аудиторії «знаковим» способом інформування оточуючих про свій статус. Як зазначав Ж. Бодрійяр, «споживаються не самі речі, а саме відносини – присутні та відсутні, включені та виключені одночасно» [1, с. 214]. Консьюмеризм може бути представлений і у своєму стандартному варіанті (споживання за наявності потенційних можливостей), і в прихованій формі (споживання як об'єктивно не реалізоване, але пристрасно бажане). Для останньої групи консьюмерів важливою є статусність вживання тієї чи іншої речі, самоідентифікація, що залучає споживача у світ специфічних культурних символів та цінностей. Предмети споживання можуть не фіксувати соціальний статус свого власника, але бути засобами конструювання образу людини такою, якою вона хоче здаватися. Відповідно, процес покупки щоразу — це і є уявний перебір своїх ідеальних «я», під час якого споживач уявляє, які речі йому потрібні, щоб через них позначити різноманітні сторони своєї особистості.

Найважливішою рисою суспільства споживання є підміна загальнолюдських, духовних цінностей у житті матеріальними, причому друкованим рупором даної ідеології, вважають дослідники цієї проблеми, є саме глянцові журнали. Читаючи глянцева споживчий журнал типу *lifestyle* або *luxury*, ми отримуємо уявлення про елітарний стиль життя, інформацію про дрес-коди, про систему тих знаків, завдяки яким можна бути маркованим як «свій» у тій тусовці, до якої хочеш належати. Причому отримуючи цю інформацію, що стосується самих різних сторін взаємовідносин зі світом, між рядками людина вбирає філософію, спосіб мислення, способи комунікації та взагалі мову, які притаманні цій соціальній групі. Таким чином, знаковий характер споживання формує таке постмодерністське явище як віртуалізація дійсності. Мас-медіа містифікують масову свідомість, маніпулюють нею, породжуючи удосталь міфи та ілюзії – все те, що визначається як «хибна свідомість» [4, с. 219].

З усіх постмодерних властивостей сучасного журналізму (симультанність, кліповість, змішання стильових елементів, мультимедійність,

фрагментарність, релятивізм, різношвидкість інформаційного часу, сумісність інформаційного простору) до сфери дослідження «суспільства споживання» насамперед включаються масовізація, віртуальність та стереотипізація. Сучасні мас-медіа віддають перевагу шаблонним ідеям, а не глибинному аналізу, а «плоскі характери» медійних персонажів витіснили багатогранний психологізм художніх образів журналістської публіцистики. У результаті під впливом ЗМІ формуються стереотипи масової свідомості, реакцією на які стає ігрова сутність постмодерну.

Незважаючи на неодноразове підкреслення важливої ролі масової комунікації, у більшості робіт, написаних у руслі постмодерністських побудов, самі ЗМІ не отримали достатньо повного розгляду. На наш погляд, цікавого ракурсу ця проблема набуває при аналізі сучасних журнальних брендів, як явища, що перебуває на стику постмодернізму та споживання: з одного боку, бренд – це торгова марка, на яку має реагувати споживач, а з іншого боку, бренд – це знак, символ, покликаний у культурі постмодерну підкреслити заміну раціонального мислення асоціативним, причому у його спрощеному, стереотипному варіанті. Найбільші медіа-компанії пропонують глобальні, наднаціональні моделі споживання, посилюючи таким чином тенденцію поширення єдиних зразків споживання по всьому світу. Глобальна стандартизація базується на однорідності потреб та інтересів аудиторії. Як влучно зазначає В. В. Хорольський «важливою характеристикою епохи постмодерну стає глобалізація, що несе з собою уніфікацію стандартів та цінностей» [5, с. 71].

В результаті журнальні бренди розповсюджуються в абсолютно нових формах, а отже, правила «ігри зі споживачем» постійно оновлюються за рахунок нових проектів в Інтернеті, мобільної телефонії. Ці проекти мають спільний бренд, а от контент не повинен тотально відтворювати журнальний формат, тому що для інтернет-порталу журнального контенту недостатньо. «Гра з читачем» у нових форматах передбачає багаторазове збільшення обсягу, можливостей та послуг інтернет-проекту для того, щоб він відповідав потребам користувача. У будь-якому разі, у світі постмодерну виживають найбільш мобільні та схильні до конвергенції видання, які зуміли органічно поєднати цифрову реальність із традиційними цінностями консьюмеризму. У зв'язку з цим, перевага усталених брендів відповідає тенденції стереотипізації свідомості глобальної аудиторії, для якої бренд – це «упаковка» медійного продукту, зручніша для тиражування контенту. Оскільки споживач переважно орієнтований на глобальні знаки, саме філософія постмодерну працює на посилення уніфікації та моделювання стереотипної реальності у глобальних масштабах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва: РУДОМИНО, 2001. 224 с.
2. Ильин В. И. Поведение потребителей. Краткий курс. Санкт-Петербург: Питер, 2000. 223 с.

3. Ильин В. И. Социальное неравенство. Москва: Институт социологии, 2000. 280 с.
4. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. Москва: Интрада, 1996. 256 с.
5. Хорольский В. В. Зарубежная публицистика в эпоху Постмодерна: Проблемы анализа медийных дискурсов. Воронеж: Кварта, 2012. 146 с.
6. Шкулев В. М. Журнал в его традиционном формате остается на бумаге. Медиатренды. 2010. № 10 (15). С. 4.
7. Lyotard J.-F. Answering question: What is postmodernism. Innovation/Renovation: New perspectives on the humanities. Madison, 1983. P. 334–335.

Скловський Ігор Зіновійович – доктор філософських наук, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д.Ушинського»

Аксьонова Віра Ігорвна – доктор філософських наук, доцент кафедри професійної педагогіки та соціально-гуманітарних наук Льотної академії Національного авіаційного університету

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ СКЛАДНИК ГУМАНІСТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МОЛОДІ

*«Всі науки необхідніші за філософію,
але немає жодної, кращої за неї»
(Аристотель)*

Бурхливий розвиток соціокультурологічних інтенцій в останні десятиріччя спричиняє нагальну потребу систематизації соціально-філософських компетенцій та визначення відповідних методологічних принципів, як покращення базового диференційно-поняттєвого сенсу буття. Поряд з розв'язанням цілої низки самостійних завдань з природничих наук та відповідного громадського дорослішання молоді, філософія освітоцентризму має постати і як необхідний елемент підготовки фахівців з гуманітарних наук, інженерно-технічних, але в контексті деяких інтенцій гуманістичних спеціалізацій. Тим паче, що цілісний розгляд філософії культури стає неможливим без елементів діалектико-метафізичного аналізу реальних предметно-емпіричних практик, що охоплюють усі сфери техногенної цивілізації. Разом з тим, певні дослідження у цьому напрямку здійснили такі вчені, як Є.Бистрицький, Є.Борінштейн, І.Бичко, М.Кисельов, В.Крисаченко, С.Кримський, М.Попович, А.Колодний, Л.Філіпович. Виходячи із вимог освітоцентризму, найактуальнішим ми бачимо постнекласичне дослідження соціокультурної парадигми складової філософії як гуманістичної надійності