

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

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

**кафедра філософії, соціології та менеджменту соціокультурної  
діяльності**

**М А Т Е Р І А Л И**

**VI Міжнародної наукової конференції студентів, молодих вчених та  
науковців**

**«МЕТОДОЛОГІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЯ СУЧАСНОГО  
ФІЛОСОФСЬКОГО ПІЗНАННЯ»**

присвяченої 30-річчю створення кафедри філософії, соціології та  
менеджменту соціокультурної діяльності та 205-річчю Університету  
Ушинського

**(Одеса, 20-21 травня 2022 року)**

**Одеса -2022**

**М 54** **Методологія та технологія сучасного філософського пізнання** //  
Матеріали IV Міжнародної наукової конференції (Одеса, 20-21 травня 2022 р.)  
135 с.

**Рецензенти:**

***Пальчинська Мар'яна Вікторівна** - доктор філософських наук, професор, завідувачка кафедри філософії, психології та педагогіки Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку,*

***Рибка Наталя Миколаївна** – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та методології науки Державного університету «Одеська політехніка»*

Збірник матеріалів VI Міжнародної наукової конференції «Методологія та технологія сучасного філософського пізнання» вміщує матеріали, які досліджують методологію сучасного пізнання; трансформаційні процеси в сучасному суспільстві; сучасні підходи до вивчення цінностей та ціннісних орієнтацій; філософію історії в сучасному вимірі; філософсько-освітні парадигми сучасного суспільства; філософію синергетики та філософські погляди Г.Сковороди у світлі сучасності. 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 № 11 від 30 червня 2022 року)

конкурентного середовища. На цьому етапі йде порівняння вашого майбутнього бренду з потенційно конкуруючими компаніями, а також виявлення переважно відмінних сторін вашої торгової марки. Далі йде робота над "настроєм" компанії. На даному етапі команда фахівців допомагає вам розробити унікальний стиль вашої компанії. Також на цьому етапі, важливо розглянути і правильно розкрити «родзинку» вашого бренду;

- далі суто технічний етап освіти та розробки всіх складових айдентики бренду. Це найбільш трудомісткий та творчий етап формування айдентики. І на завершення формування айдентики бренду розробляється гайдлайн компанії – своєрідна інструкція щодо використання індивідуального ідентичного дизайну всіх елементів айдентики бренду. Айдентика допомагає створити візуальні образи вашого бренду. Айдентика входить у частину образу торгової марки, а айдентику, своєю чергою, входить низка елементів;

- логотип. Відмітний знак компанії, її «обличчя» та головне відображення образу вашого бренду. Дуже важливий етап у формуванні айдентики бренду. Як правило, саме від дизайну логотипи надалі відштовхуються під час розробки дизайну інших елементів унікального стилю торгової марки;

- фірмові елементи. Цей етап може містити в собі розробку безлічі елементів (візиток, флаєрів, бланків, банерів, фірмового одягу, елементів декору тощо) залежно від масштабності рекламної компанії та конкретних потреб у даний момент для формування бренду, а також від специфіки сфери діяльності. Всі елементи повинні нести в собі загальний концепт дизайн і один посыл, при цьому гармонійно доповнюючи один одного. Це трудомісткий та дуже відповідальний етап, який можна довірити лише професіоналам.

Зазначимо, що дизайн та айдентика є важливими складовими веб-дизайну, та провідниками його функціонування у менеджменті соціокультурної діяльності.

*Паршина Анастасія Павлівна (м. Одеса) – студентка 4-го курсу спеціальності менеджмент соціокультурної діяльності, соціально-гуманітарного факультету ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,*

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

## **СОЦІОКУЛЬТУРНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ**

Актуальною темою гуманітарного навчання є проблема соціокультурної діяльності в Україні, котра націлена на формування суспільних цінностей, установок і норм поведінки у дусі постнекласичної філософії. Сучасне

трактування поняття «соціокультурна діяльність» є похідним від поняття «культурна діяльність», «соціальна робота», «соціальна педагогіка», у той же час соціокультурна діяльність відображає еволюцію такого явища, як культурно-просвітницька робота. Отже, соціокультурна діяльність – це багатофункціональна сфера діяльності, ціль якою – організація раціонального і змістовного дозвілля людей, розвиток культурних потреб, створення умов для самореалізації особи, аматорське мистецтво у вільний час [1]. Соціокультурна діяльність виокремлюється серед інших видів діяльності, тому що насамперед ця діяльність самосійна, активна, добровільна і залежить від світогляду, цінностей та ініціативи людини. Соціокультурна діяльність спрямована на досягнення визначеної мети, яка виставлена соціумом для індивіда.

Якщо заглянути у сторінки історії, то культура будувалась на обрядах, навчанні, праці. Основним у обрядах були язичницькі вірування. Можна сказати, що вони нерозривні з найважливішими подіями в житті не тільки держави, а і общини, родини і особистості. Повсякденне життя супроводжувалось танцями, приказками, частівками, общинами. І не слід забувати, що активно заохочувалось проведення релігійних свят, літніх, осінніх, календарних і трудових. Ця діяльність цілеспрямована і послідовна, також вона майже не може працювати самосійне та ізольоване. Соціокультурна діяльність, як свідчать дослідження українських корифеїв (М. Гоголь, Г. Сковорода, І. Франко, Т. Шевченко) – це не тільки електоральна відповідальність громадян, але і осмислені культурні запити, що пов'язані з відвідуванням театрів, музики, музикальних вистав, перегляд відео на Youtube чи Tik-tok. Але на сьогоднішній день соціокультурна діяльність значної частини студентської молоді розуміється тільки як вільний час від роботи, навчання, домашніх справ. Через не дуже розвинені культурні запити багато молоді, котра є мешканцями міст лише у першому поколінні утилітарно скорочуючи вільний час. Втрачаючи його на звичайний перегляд лише нібито «файне» відео із банальних зразків масової культури. Майже не замислюючись, що навіть така сфера вільної діяльності може не сприяти. А лише загальмувати розвиток власної особистості в процесі соціалізації. Не обов'язково відвідувати кожного тижня оперу, театр, філармонію та інші культурні заходи для духовного розвитку, але вміння розподіляти вільний час на організацію своєї життєдіяльності – обов'язково, інакше велика частина сучасної української молоді матиме прояви регресу у порівнянні з поколінням на десятиліття доросліше. Н. Бабенко, наприклад, підкреслює, що культурно-дозвілліва діяльність дітей і дорослих – це діяльність, яка створює культурно - дозвілліве середовище, в якому гармонійно інтегрується творчість, відпочинок, свято, відбувається самореалізація особистості, яка сприяє вільному творчому засвоєнню культурних цінностей, розвитку особистості, і, завдяки цьому – розвитку суспільства взагалі [2].

Сьогодні аналізу соціокультурної діяльності молоді присвячено велику кількість праць вітчизняних та зарубіжних науковців, у тому числі, викладачів ДЗ «ЛНУ ім. К.Д. Ушинського» (З. Атаманюк, Є. Борінштейн, І. Скловський М. Цибра) які в багатоаспектних дослідженнях та наукових розвідках розглядають ці поняття в класичному та постнекласичному контекстах. У

працях викладачів кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності університету К.Д. Ушинського всебічно розкривається питання української ідеї як фактору соціалізації особистості [4]. Так, Є. Борінштейн аргументоване вказує на те, що необхідне у повсякденному житті наповнювати культурні запити високими зразками, тобто систематичним відвідуванням художніх вистав відомих на весь світ одеських культурних закладів вивчати сучасні PR – технології. Відбувається намагання наставників на високому ідейно-теоретичному рівні використовувати поняття “вільним час” і “дозвілля”, оскільки у соціокультурному аспекті відтворюється світоглядний рівень поведінки майбутніх вчителів [3]. Питаннями соціокультурної діяльності задимаються такі вчені, як Ю. Добролюбська, В. Плавич, О. Халапсіс, котрі плідно працюють як доктора наук, професора, члени спецради по захисту дисертацій В своїх монографіях та наукових статтях, що часто друкуються у фахових виданнях «Наукове пізнання: методологія та технологія», «Перспективи» ретельно обговорюються питання минулого, сьогодення та майбутнього нашої країни. Громадськість може побачити і відчути довгий, тернистий шлях становлення українського суспільства та культури у дусі європейських цінностей, починаючи від вікового патріархального домострою до затвердження соціально-культурного статусу у світі.

Якщо розглянути становлення культури ХХІ століття, то велика частина населення України стереотипно розуміють поняття «соціокультурна діяльність і намагаються збільшити кількість часу на власній соціокультурний розвиток. Молоде покоління у значній своїй частині вважає, що лише соціальні мережі можуть позитивно впливати на розвиток молоді. Громадяни зацікавлені у модернізованих соціокультурних заходах. Традиційні культурні форми також потребують розвитку у крок за кроком відповідно з новітніми технологіями. У теперішній час є дуже важливим гуманізм, співчуття і повага до оточуючих, адже, на жаль, рівень культурного і соціального розвитку нашої молоді ще знаходиться на недостатньому рівні. Для багатьох важлива лише сфера медіа, нібито вільно творчості і стихійного духовного розвитку. Кураторам студентської молоді слід пам'ятати про сферу новітніх технологій, що часто – густо позитивно впливає не тільки на економіку, політику, а і соціокультурну сферу, зокрема в воєнних умовах. Громадяни розуміють всю гостроту сучасного процесу створення соціокультурної реальності й якість заходів часто – густо визначається позитивними емоціями і бажанням відвідати захід ще раз. Не менш важливим у соціокультурному заході є участь державних службовців. Можна зробити висновок, що молодь зацікавлена у впровадженні соціокультурних заходів у соціальні мережі. Молоде покоління все більше часу проводить у соціальних мережах, що є позитивною ознакою сучасності. Для отримання користі. Держава має модернізувати соціокультурну освіту і підлаштувати її під ситуативні зміни соціуму.

### **Список використаних джерел**

1. Аксьонова В.І. Український дух, як феномен патріотизму в контексті парадигми комунікативного суспільства. *Перспективи.*

*Науковий журнал* : ДЗ «ПНПУ імені К.Д. Ушинського», 2015. № 1 (63). С. 13–18.

2. Бабенко Н. Б. Вплив соціально - культурної сфери на соціалізацію особистості: монографія. 2008. С. 141 – 147.

3. Борінштейн Є.Р. Молодіжна культура і субкультура як фактор соціокультурної модернізації і постмодернізації. *Перспективи*. 2005. № 2 (30). С. 18-24.

4. Скловський І.З., Аксьонова В.І. Метафізичний дискурс у контексті цивілізаційного розвитку України. *Перспективи*/ гол. ред. Є.Р. Борінштейн. 2008. №4. С.3-9.

*Поплавська Тетяна Миколаївна (м.Одеса) – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»,*

*Голінська Л.О. (м.Одеса) – магістрантка соціально-гуманітарного факультету ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».*

## **ПРОБЛЕМА САМОРЕАЛІЗАЦІЇ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОГО СОЦІУМУ**

Сучасне суспільство в епоху нових соціально-економічних умов потребує особистості оригінально мислячої, здатної нестандартно вирішувати питання, особистості, яка б вміла по-новому підходити до пошуку рішень загальновідомих ситуацій.

Вивчення творчого потенціалу цікаве як у професійній, так і у освітній сфері. Все більше з'являється завдань, спрямованих на прояв креативних здібностей учнів, розвиток їх у практичній діяльності.

Дослідження креативності на етапі розвитку психологічної науки пов'язані з особливим інтересом до цього феномену. Однак, незважаючи на існуючі наукові роботи, наразі виділити єдину теорію креативності важко. Насамперед це пов'язано з тим, що протягом останніх кількох років у психологічних дослідженнях все частіше об'єктом виступає творчий потенціал, а не сама природа креативності. Це пов'язано з тим, що зростає потреба у творчої особистості у різних професійних сферах діяльності. Завдяки терміну «креативний», що наголошує на особливому статусі, в суспільстві стали з'являтися нові назви сучасних посад в організаціях: «креативний директор», «креативний менеджер», «креативний продюсер», «креативна група» тощо.

Таким чином, нові вимоги у професійній діяльності зобов'язують проводити психологічні дослідження, де предметом виступає креативність особистості, її природа, структура та механізми розвитку.