

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА

Факультет філософської освіти і науки  
Кафедра культурології

# **КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ**

**Випуск 7**

**2018**

УДК 130.2(059)  
ББК 411  
К 90

**Редакційна колегія:**

**Андрущенко Т.І.** – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри етики і естетики НПУ імені М.П. Драгоманова, заслужений працівник культури України.

**Бондаренко В.Д.** – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАПН України, завідувач кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова, заслужений діяч науки і техніки України.

**Лютий Т.В.** – доктор філософських наук, доцент кафедри філософії та релігієзнавства Національного університету «Києво-Могилянська академія»

**Меднікова Г.С.** – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Можейко М.О.** – доктор філософських наук, професор, завідувача кафедрою методології гуманітарних наук Білоруського державного університету культури і мистецтв.

**Мозгова Н.Г.** – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Немчинов І.Г.** – доктор філософських наук, професор кафедри філософії факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Остащук І.Б.** – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Павлова О.Ю.** – доктор філософських наук, професор кафедри етики, естетики і культурології філософського факультету Київського національного університету імені Т. Шевченка.

**Чорноморець Ю.П.** – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Відповідальний секретар:**

**Русаков С.С.** – кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології НПУ імені М.П. Драгоманова.

**Барма О.А.** – викладач кафедри менеджменту соціо-культурної діяльності Білоруського державного університету культури і мистецтв.

**Культурологічний альманах: Випуск 7.** – Вінниця : ТОВ Нілан-ЛТД, 2018, – 260 с.

ISBN

В альманасі висвітлено теоретичне осмислення новітніх тенденцій в культурі, які пов'язані з креативними індустріями, медіа і інноваціями в галузі культури. У книзі подано наукові статті за матеріалами V Міжнародної наукової конференції «Інноваційні технології в галузі культури» (28 лютого 2018 р.) та III Міжнародної наукової культурологічної конференції «Управління культурними проектами і креативна індустрія» (2 березня 2018 р.)

В авторських розвідках теми розглянуті з нового культурологічного ракурсу, який дає змогу поєднати роль культури і творчості в сучасному суспільстві.

© Автори статей, 2018

© Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2018

© ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
M.P. DRAGOMANOV NATIONAL UNIVERSITY OF PEDAGOGY

Faculty of Philosophy Education and Science  
Department of Cultural Studies

# **CULTUROLOGICAL ALMANAC**

**Issue 7**

**2018**

**Editorial Board:**

**T.I. Andrushchenko**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Ethics and Esthetics Department of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Culture of Ukraine

**V.D. Bondarenko**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, correspondent member of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Chair of the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Science and Engineering of Ukraine

**T.V. Liutyi**, Doctor of Sciences in Philosophy, Associate Professor at the Department of Philosophy and Religious Studies of the National University of Kyiv-Mohyla Academy

**G.S. Mednikova**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**M.O. Mozheiko**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Department of Methodology of Humanities of Belarusian State University of Culture and Arts

**N.G. Mozgova**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Philosophy Department, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**I.G. Nemchynov**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Philosophy Department, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**I.B. Ostashchuk**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**O.Y. Pavlova**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Ethics, Esthetics and Cultural Studies, Faculty of Philosophy of Taras Shevchenko Kyiv National University

**Y.P. Chornomorets**, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**Responsible secretary:**

**S.S. Rusakov**, PhD in Philosophy, Assistant Professor at the Department of Cultural Studies of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

**O.A. Barma**, lecturer at the Department of Management of Sociocultural Activities of Belarusian State University of Culture and Arts

**Culturological Almanac: Issue 6**. Innovative technologies in the culture. – Kiev, Publishing of the Dragomanov University, 2017. – 150 p.

ISBN

The almanac offers theoretical interpretation of the latest trends in culture, related to creative industries, media, rise of the new quality of communities and appearance of new urban infrastructure.

The subjects of scholarly research have been studied from a new culturological angle that enables to combine the roles of culture and creativity in the contemporary society.

© Article authors, 2018

© M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, 2018

© Nilan Ltd, 2018

## КРЕАТИВНІСТЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

*Петришин Людмила Йосипівна*

*док. пед. наук, доцент ТНПУ ім. Володимира Гнатюка  
ludmyla.petryshyn@gmail.com*

Соціологічний підхід у висвітленні проблеми формування креативності особистості та побудови креативного міста є досить важливим, оскільки саме соціальна активність, різновидом якої є творча та інноваційна активність, становить основу формування креативності, соціальної відповідальності та професійної креативної діяльності. Варто зауважити, що в наукових розвідках класиків соціології тема креативності була вивчена недостатньо, однак деякі її аспекти розглянуто в працях таких учених, як, У. Джеймс, М. Вебер, Дж. Дьюї, Г. Ларін, Дж. Мід, Е. Міше, Ч. Пірс, Б. Скінер, Х. Йоанс, М. Емірбайєр та ін.. Ці дослідники, вивчаючи соціальну дію, основою якої є поштовх, причина або проблема, зауважували, що варто брати до уваги креативний аспект діяльності особистості. Креативну дію вони характеризували як таку, у процесі якої виникає щось нове; як досвід, отриманий на основі творчого мислення, творчої дії; як вільний вибір особистості у творчій діяльності. Окрім цього, у розгляді креативності в соціологічній науковій теорії визначальними були такі напрями: феноменологічний; біхевіористичний; прагматичний; неопрагматичний.

Представники перших двох напрямів Н. Гартман, Е. Гуссерль, А. Уайтхед, Б. Скінер, А. Шюц стверджували, що креативність як соціокультурний феномен відіграє важливу роль у розвитку продуктивно-креативної діяльності людини. Зокрема, Б. Скінер увів у науковий обіг поняття „операнта”, що дало змогу довести взаємообумовленість поведінки особистості з середовищем і творчою дією. За допомогою оперативної творчої активності й продукуються креативні ідеї [4, с. 29–44].

Соціолог А. Шюц розглядає поняття „креативна дія” як основу суспільного прогресу, що розгортається в часі за задалегідь складеним проектом. Водночас він стверджує, що, незважаючи на рефлексивність, притаманну креативній дії, особистість здебільшого діє без чітко визначеної мети, але ретроспективно аналізує свої вчинки, визначаючи їхнє суспільне значення. Соціолог звертає увагу на можливість вивчення нових форм поведінки людини, які становлять спонтанний акт, тобто є виявом уяви, мотиву, інтерпретації [6, с. 97–115]. З огляду на це, ми можемо стверджувати, що мотив, інтерпретація та уява спричиняють появу нових креативних ідей та думок, відтак – креативної дії.

Позаяк питання креативності в соціології існує в різних теоріях, нам слід розглянути ще одну, зокрема Е. Гуссерлема. Науковець у своїх дослідженнях висвітлює особливості природи творчої діяльності

особистості й поєднав її з поняттям „життєвого світу”. Створення „життєвого світу” він витлумачує як процес творення нових матеріальних об’єктів, на базі яких відбувається культурно-творчий обмін ідеями, які є основною умовою виникнення творчо-креативної діяльності особистості. Цей процес вимагає так само пошуку нових засобів для актуалізації творчих інтенцій та креативних ідей [1].

А. Гартман і А. Уайтхед, як представники феноменологічного підходу, стверджують, що „життєвий світ” є певним семіотичним полем, у межах якого за допомогою творчо реалізованої комунікативної функції в креативній діяльності відбувається процес творчого зростання особистості. Поряд із цим філософи вважають, що комунікативна функція творчої діяльності особистості створює певні умови для розуміння соціальної та культурної реальності та трансформацію їх в креативну діяльність. Тобто креативна діяльність буде виявлятися у вигляді творчих новацій, інновацій, креативних форм, методів, креативного продукту в соціальному аспекті, зокрема такому як креативне місто. [1; 2].

Дж. Мід у контексті прагматичного й неопрагматичного напрямів указував на те, що важливе значення в здійсненні креативної діяльності особистості має соціальність. Водночас він відзначав, що соціальність особистості формується завдяки її здатності імітувати різні соціальні ролі. Дж. Мід першим у соціології звернув увагу на те, що соціальність не тільки обумовлює появу креативності особистості, але й дає змогу їй творчо реконструювати саму себе як соціальну одиницю і своє соціальне оточення.

Важливим, є розгляд креативної дії соціолога й філософа Х. Йоаса. Науковець, зокрема, описує її як „те, у чому ми маємо потребу, поряд із цим, критика й самокритика – шлях її вивільнення”. Однак це визначення позбавлене конкретизації. Водночас Х. Йоас у своїй книзі „Креативність дії” використав поняття „креативність” як складник процесу теорії дії й вивів нову формулу творчого аспекту діяльності, тобто креативної діяльності. Увівши креативність в будь-який вид діяльності людини, Х. Йоас надав можливість вивчити процес творчої креативної діяльності особистості. Крім цього, автор стверджував, що формула креативної дії повинна бути розглянута у двох аспектах: розуміння креативної дії відрізняється від схожих теорій дії та креативність впливає на будь-який вид діяльності людини. На думку Х. Йоаса, у спонуканні особистості до креативної дії важливу роль відіграє ситуація, яка „не викликає дії, а її функція не полягає у тому, щоб надати простір для реалізації дії. Однак наше сприйняття ситуації спричинене здатністю діяти, а сама дія – рефлексією ситуації” [2, с. 178].

Характеризуючи креативність та креативну діяльність у соціологічному аспекті, варто звернути увагу на певні світоглядні концепції щодо соціології творчості та креативності. Американський соціолог М. Флорід виділяє креативний суспільний клас, що складається з осіб, здатних продукувати креативні ідеї, формувати креативний світогляд та виробляти креативний

продукт. Поряд із цим він зауважив, що представникам робочого класу, на відміну від креативного класу, оплачують роботу за стандартно виконану дію, а представникам креативного класу оплачують роботу за творче проектування й створення чогось нового [5, с. 22–23]. Проаналізувавши інші підходи Р. Флоріди щодо поняття креативності, ми можемо виділити соціологічні риси креативності, що повинна бути притаманна креативному класу (етосу): креативність є здатністю синтезувати, розвивати й накопичувати знання; креативність розвиває здатність аналізувати, формувати, продукувати нові ідеї; креативність стирає стереотипи та шаблони; креативність вимагає здатності йти на ризик й упевненості в собі; креативність пробуджується мотивами, потребами, прагненням самореалізації; креативність розвивається в певному соціальному середовищі, що стимулює творчість; креативність не виникає автоматично, вона вимагає уваги й підтримується творчим імпульсом [5, с. 46–48].

Окрім цього, Р. Флорід наголошує на тому, що креативність може реалізовуватися тільки в певних умовах та розгортатись у свідомості людей як потреба й умова становлення професійно успішної особистості, здатної продукувати креативні ідеї та реалізовувати креативні знання, що й повинно бути притаманне креативному класу. Соціолог зауважує: „Спільною для всіх креативних людей є потреба в таких зовнішніх умовах, за яких би підтримували креативність: давали належну оцінку, стимулювали до творчості, мали механізми мобілізації ресурсів навколо ідей і позитивно реагували на значні зміни й упровадження радикальних ідей” [5, с. 55]. Таким чином, Р. Флорід розглядає креативний клас як основний у структурі сучасного суспільства. Спираючись на наукові положення, які він обґрунтував щодо креативності, ми можемо стверджувати, що креативність є важливим складником формування креативних професіоналів, здатних успішно професійно реалізовуватися, продукувати нові креативні ідеї та створювати новий креативний продукт. Соціолог вважає, що за умови „домінування етосу креативності в сучасному суспільстві, самосвідомість особистості зростає, формується великий креативний потенціал, відбувається успішна креативно-професійна реалізація” [5, с. 93].

Іншу світоглядну позицію щодо формування креативності й креативної діяльності, розгляду її соціальної сутності описує Г. Ларін у науковій праці „Соціологія творчої діяльності”. Зокрема, вчений вважає, що креативність належить до соціокультурного феномена, який диференціюється в певних сферах за такими критеріями „гомокреативуса”: формування творчого інтелекту, нестандартності й креативності нестандартного мислення; формування евристичного почуття, соціально-культурних і духовних потреб, мотивів та інтересів особистості; формування особистої креативності як творчої репродуктивності, інновативності, генеративності; креативна реалізація особистості в умовах сучасної соціокультурної ситуації [3]. Беручи за основу вчення про креативність та визначивши критерії „гомокреативуса”, автор розробив, апробував й

увів у практику низку оптимальних моделей формування та соціалізації креативної особистості. З-поміж них можемо виділити такі: модель творчого ліцею; модель школи соціалізації особистості „Стимул”; модель „Гайденс-служби”; модель оптимізації загальноосвітньої школи за матрично-графічним критерієм; модель соціалізації засобами творчої активізації особистості [3]. Таким чином, теоретико-методологічні досягнення Г. Ларіна, проведені на основі історико-гносеологічного підходу до аналізу проблеми креативної діяльності як соціального феномена, вказують на те, що креативність є соціокультурною одиницею; креативна діяльність особистості є найбільш плідною й сприяє соціокультурній активності творчої особистості; формування креативної особистості відбувається за умови визначення плідних форм, методів та моделей взаємозв'язку особистості з соціумом.

Загалом ми можемо констатувати, передумовою формування креативності особистості, а зокрема і креативного класу є соціологічна суть креативності як такої, оскільки феномен креативності визначає основу і є умовою розвитку суспільства, розвиває його наукові, психологічні, педагогічні, філософські, соціальні, культурологічні інтереси.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гуссерль Э. Картезианские размышления / Гуссерль Э. ; [пер. с нем. Д. В. Складнева, Я. А. Силина]. – СПб. : Наука, 2001. – 316 с.
2. Йоас Х. Креативность действия / Х. Йоас ; [гл. ред. И. А. Савкин, пер. с нем.]. – СПб. : Алетей, 2005. – 320 с.
3. Ларин Г. Г. Социология творческой личности / Г. Г. Ларин. – Таганрог, 2003. – 32 с.
4. Скиннер Б. Ф. Технология поведения / Б. Ф. Скиннер // Американская социологическая мысль / Б. Ф. Скиннер ; [под. ред. В. И. Добренкова]. – М. : Межд. ун-т Бизнеса и Управления, 1996. – С. 29–44.
5. Флорид Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М. : Классика XXI, 2005. – 432 с.
6. Шюц А. Социальный мир и теория социального действия / А. Шюц // Избранное: Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М. : РОССПЭН, 2004. – С. 97–115.



**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

# **КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ**

**Випуск 7.**

Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Інноваційні технології в галузі культури» (28 лютого 2018 р.)  
та III Міжнародної наукової культурологічної конференції «Управління культурними проектами і креативна індустрія» (2 березня 2018 р.)

Друкується за оригінальними авторськими текстами. Редакційна колегія не несе відповідальності за авторську редакцію поданих матеріалів.

Верстка та оригінал-макет Мохонько Віталій