

17. Святитель Василий Великий. Примите слово мое: Сб. писем / Василий Великий; Сост. Иерод. Никона (Парманчука). – М.: Изд. Сретенского монастыря, 2007. – 384 с.

18. Семенова В. Э. Гендерная философия в поисках субъекта / В. Семенова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2009. – №1 (13). – С.139–145.

19. Фрагменты ранних греческих философов. – Ч.1. От этических теокосмогоний до возникновения атомистики. – М.: Наука, 1989. – 576 с.

20. Фрейд З. Три очерка по теории сексуальности / З. Фрейд // Психология бессознательного. – М.: Просвещение, 1989. – С.123–199.

21. Христианство: Энциклопедический словарь: в 3 т.: Т.1. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1995. – 863 с.

22. Христианство: Энциклопедический словарь: в 3 т.: Т.2. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1995. – 671 с.

References

1. Bovuar S. Vtoroj pol / S. Bovuar; [Per. s franc. Obshh. red. i vstup. st. S. G. Ajvazovoj, komment. M. V. Aristovoj]. – М.: Progress; SPb.: Aletejja, 1997. – 832 s.

2. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar': filosofija, sociologija, religija, jezoterizm, politjekonomija / [Glavn. nauch. red. i sost. S. Ju. Solodovnikov]. – Мн.: MFPC, 2002. – 1008 s.

3. Bondarevs'ka I. A. Gender jak kategorija teoretynchnogo analizu / I. Bondarevs'ka // Genderni studii': osviti perspektivy (navchal'no-metodychni materialy). – К.: PC «Foliant», 2003. – 80 s.

4. Gendernyj analiz ukrai'ns'kogo suspil'stva. – К.: PROON, 1999. – 294 s.

5. Gornostaj P. P. Gendernyj rozvytok ta genderna identychnist' osobystosti, osoblyvosti cholovicho' ta zhinocho' socializacii' / P. P. Gornostaj // Genderni studii': osviti perspektivy (navchal'no-metodychni materialy). – К.: PC «Foliant», 2003. – 80 s.

6. Dzhejms F. L. Samoispolnjajushheesja prorochestvo: gender s social'no-psihologicheskoy točki zrenija [Elektronnyj resurs] / Dzhejms F. L. – SPb.: Piter, 2001. – S.144–161. – Rezhim dostupa: <http://www.etpg.org>, svobodnyj. – Nazvanie s jekrana.

7. Drevnegrecheskaja filosofija. Ot Platona do Aristotolja: Sochinenija / Per. s drevnegrech.; Hudozh. P. Sackij. – H.: Folio, M.: OOO «Firma «Izdatel'stvo AST», 1999. – 832 s.

8. Duhovnost' [Tekst]: jenciklopedija / [gl. red. V. S. Dudik]. – К.: Evropejskaja jenciklopedija, 2008. – 688 s.

9. Zherebkin S. Gendernaja problematika v filosofii / S. Zherebkin // Vvedenie v gendernye issledovanija. Ch. I: Ucheb. posob. / Pod red. I. A. Zherebkinoj. – H.: HCGI, 2001; SPb.: Aletejja, 2001. – 708 s.

10. Zherebkina I. A. Feministskaja teorija 90-h godov: problematizacija zhenskoy sub#ektivnosti / I. Zherebkina // Vvedenie v gendernye issledovanija. Ch. I: Ucheb. posob. / Pod red. I. A. Zherebkinoj. – H.: HCGI, 2001; SPb.: Aletejja, 2001. – 708 s.

11. Zdravomyslova E. Social'noe konstruirovanie gendera: feministskaja teorija / E. Zdravomyslova // Vvedenie v gendernye issledovanija. Ch. I: Ucheb. posob. / Pod red. I. A. Zherebkinoj. – H.: HCGI, 2001; SPb.: Aletejja, 2001. – 708 s.

12. Klecina I. S. Gendernaja kompetentnost' lichnosti / I. Klecina // Gendernaja psihologija: Praktikum. – 2–e izd. / Pod red. I. S. Klecinoy. – SPb.: Piter, 2009. – 496 s.

13. Makarov V. Filosofija i sociologija pola: Monografija / V. Makarov, I. Vasilenko. – Volgograd: Izd.–vo gos. Tehn. Un.–ta, 2002. – 188 s.

14. Marks K. Nemeckaja ideologija / K. Marks // Marks K., Jengel's F. Sochinenija. – 2–e izd. – М., 1955. – Т.3. – 645 s.

15. Nicshe F. Veselaja Nauka / F. Nicshe // Sochinenija v dvuh tomah. – Т.1: Literaturnye pamjatniki. Sostavlenie, redakcija izd., vstup. st. i primech. K. A. Svas'jana; Per. s nem. – М.: Mysl', 1990. – 829 s.

16. Russo Zh–Zh. Jemil' ili O vospitanii / Zh–Zh. Russo // Izbrannye sochinenija. – Т.1. – М.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo hudozhestvennoj literatury, 1961. – 851 s.

17. Svjatitel' Vasilij Velikij. Primite slovo moe: Sb. pisem / Vasilij Velikij; Sost. Ierod. Nikona (Parimanчука). – М.: Изд. Сретенского монастыря, 2007. – 384 с.

18. Semenova V. Je. Gendernaja filosofija v poiskah sub#ekta / V. Semenova // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. – 2009. – №1 (13). – С.139–145.

19. Fragmenty rannih grecheskih filosofov. – Ч.1. Ot jepicheskikh teokosmogonij do vzniknovenija atomistiki. – М.: Nauka, 1989. – 576 s.

20. Frejd Z. Tri ocherka po teorii seksual'nosti / Z. Frejd // Psihologija bessoznatel'nogo. – М.: Prosveshhenie, 1989. – С.123–199.

21. Hristianstvo: Jenciklopedicheskij slovar': v 3 t.: Т.1. – М.: Bol'shaja Rossijskaja jenciklopedija, 1995. – 863 s.

22. Hristianstvo: Jenciklopedicheskij slovar': v 3 t.: Т.2. – М.: Bol'shaja Rossijskaja jenciklopedija, 1995. – 671 s.

Zagurska S. M., teacher, Bilotserkivskiy Institute of Economics and Management (Ukraine, Bila Cerkov), Svetlanaolinevich@rambler.ru

Social and philosophical analysis of gender power constants in historical context

The problem of scientific approaches to understanding gender issues has been considered in terms of the social and philosophical analysis. In modern social and philosophical thought the term «gender» is used to express the socio-cultural aspect of human sexual characters and to show a socio-sexual horizontal stratification of society. Therefore a theoretical analysis of gender is defined as the most important precondition for further social change to rethink the role of women

The author described the transformation of gender ideology influenced by changes in the public consciousness in Western society. Special attention is focused on the binary opposition of antithesis mind and body that came of the consolidation of anthropological issues in Western philosophy and reflected in the gender issue.

Social and philosophical thought (before feminist studies) defines an idea of the woman as an object of power relations, depriving her of the right to be their subject, is emphasized in the conclusions.

Keywords: «gender», «power», «gender relations», «gender ideology».

Загурская С. Н., преподаватель, Белоцерковский институт экономики и управления (Украина, Белая Церковь), Svetlanaolinevich@rambler.ru

Социально-философский анализ констант власти гендера в историческом контексте

Проведено социально-философский анализ научных подходов к осмыслению гендерной проблематики. В современной социально-философской мысли понятие «гендер» используется для отображения социокультурного аспекта человека и проведения горизонтальной социо-половой стратификации общества, поэтому теоретический анализ гендерной проблематики определяется как важнейшая предпосылка дальнейших социальных изменений, направленных на переосмысление роли женщины.

Автором обозначена трансформация гендерной идеологии под влиянием изменения общественного сознания в западноевропейском обществе. Отмечено, что с утверждением антропологической проблематики в западноевропейской философии возникает бинарная оппозиция противопоставления разума и тела, соответствующим образом отражается и в гендерной проблематике.

В выводах подчеркивается, что социально-философская мысль (до начала феминистских исследований) формирует представление о женщине как объекте отношений власти, лишая ее права быть их субъектом.

Ключевые слова: «гендер», «власть», «гендерные отношения», «гендерная идеология».

УДК 316.6+330.101.8

Лавлинский Р. А., кандидат философских наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского (Украина, Кривой Рог), mercury84@mail.ru

Николенко К. В., старший преподаватель, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского (Украина, Кривой Рог), Kseniya_nikolenko@mail.ru

КРЕАТИВНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: исследование креативности как социального явления, влияющего на различные общественные процессы касающиеся формирования, потребления и перераспределения материальных благ.

Методика: осуществлялся компаративистский анализ для изучения феноменов экономической и креативной деятельности, также использовались общелогические методы.

Проанализировано место и значение креативности как социально-экономического явления, установлены основные черты креативной экономики, а также необходимые для этого социальные трансформации.

Креативность рассмотрена как общечеловеческое достояние, выступающее инструментом инноваций и методом получения нового.

Материалы исследования могут использоваться при изучении таких дисциплин как философия, социальная философия, педагогика, психология, культурология и др.

Ключевые слова: креативность, экономика, креативный акт, инновации, креативный менеджмент.

(стаття друкується мовою оригіналу)

В современном мире мы всё чаще встречаем такие термины как креативное общество, креативная экономика. Чаще всего под этими понятиями подразумевается высокоразвитая социальная система, направленная на инновационное производство, высокий личностный потенциал, существенный социальный контроль, ценность информации и т.д. Существует масса программ и проектов, развивающих и способствующих идее продвижения креативной экономики. Для более детального понимания данного феномена, предлагается изучить различные сферы общественного сознания человека, выделить место и роль креативной составляющей в них, а также проследить, каким образом эти компоненты составляют экономическую деятельность.

Изучением данной проблемы занимались такие исследователи как И. Д. Фомичева, А. Савицкая, В. А. Федь, С. С. Гольдентрихт, Л. А. Пьянова, А. О. Карпов, В. Бодак, А. П. Дербак, Н. Саприкина. Предметом их изучения выступали творческие составляющие человеческой активности в целом О. И. Кузьмин, Д. К. Зинкевич, М. В. Шашина, С. В. Визиренко – изучали вопросы взаимодействия экономики и различных сфер общественного сознания, например политики.

Являясь истинно человеческим феноменом, креативность определяет основу и условие развития человечества – его научных, социальных и других интересов. В креативности, наряду с другими моментами, находит свое выражение скрытое в человеческой природе стремление проявлять себя, реализовывать свою силу, утверждаться в способности властвовать над природными материалами и стихиями. На наш взгляд это и обуславливает повышенный интерес к креативности в современном мире. Креативный акт предусматривает самовыражение, не допуская фикций, человек неизбежно обнаруживает свою сущность и себя, в запечатлеваемом им. Так как креативность предусматривает полную самостоятельность, автономность. Но и в случае коллективной работе, авторы объединены по интересам, по склонности к какой-либо идее. Что и выражает одновременно и идею индивидуального самовыражения и проявляется в соавторстве.

Для современного развития общества характерен не только интерес к феномену креативности, но и формы ее контроля, воздействия. Рассматриваются пути ее изучения непосредственно в социальном пространстве. Одной из таких форм реализации креативности, популяризации ее норм и ценности вообще, выступают средства массовой информации (СМИ). Исследователи, выделяя социализаторский потенциал СМИ, подчеркивают их социально-креативную функцию. Она заключается в том, что информация о разных слоях населения попадала бы в открытые, широко доступные каналы информации. Участие в создании и передаче такой информации принимали представители разных частей социума [1, с. 47]. Креативность внедряется в практически все сферы жизни человека. Обуславливая все создаваемое, призванное упростить и усовершенствовать деятельность человека, она выполняет ведущую, в этом плане, роль в обществе. Социально-философское рассмотрение данной проблемы позволяет выявить механизмы ее осуществления, сферы влияния и применения, предвидеть развитие событий в будущем с позиций креативности [2].

Утверждение креативной активности человека, как субъекта жизнедеятельности, возможность ее выражения заключается в рамках нравственно-психического здоровья и социокультурного статуса человека. Данный статус формируется под влиянием различных компонентов, но материально-экономическая составляющая играет здесь не последнюю роль. Сам же смысл подобной деятельности выражается в законах этих особых энергий (социального назначения), которые носят и социальный характер. Таким образом, исследователи дают ответ на вопрос о происхождении самого феномена креативности и факторах обуславливающих ее активность в наши дни.

Для осуществления диалога на межкультурном уровне, для поиска общих точек соприкосновения, также не последнюю роль играет креативность. Именно с ее помощью становится возможным налаживание диалога, поиска точек соприкосновения по различным вопросам науки, культуры и т.д. На протяжении всей исторической традиции креативный процесс самореализации происходил на стыке этнических и национальных культур, благодаря креативной репрезентации культурно значимого «Я» и креативному опыту «Другого» [3, с. 91].

Именно на этапе креативного понимания иного опыта и возможен диалог различных культур и на экономическом основании в том числе. Так креативность выступает как инструмент понимания другого, чуждого. Благодаря креативности возможно межкультурное общение, взаимодействие. Что позволяет предложить тезис о тесной взаимосвязи креативности и диалога самого по себе. Так как на этой основе возможно содействие, сотрудничество. Креативный процесс вызывает не только общий интерес в работе, но и особую форму взаимодействия отдельных людей, наций, государств. Например: для осуществления различных научных проектов собираются исследователи из разных стран, с различными культурными, национальными и языковыми признаками, что не мешает успешной реализации проекта.

Также объяснение повышенного интереса к креативности в различных современных сферах человеческого знания и формирование креативной личности как особой, специфической ценности общества, обусловлено тем фактом, что в креативном процессе человек создает, не только вещи, но и себя. Выражение это проявляется во всех формах общественной жизни и в экономике, в том числе. Через материальное, он выражает свои внутренние интересы, потенциалы, идеалы. Умение тонко обеспечить баланс спонтанности и порядка в креативной активности и является феноменом, обеспечивающим успех самой креативной деятельности. Формирование образа будущего действия, умение увидеть конечный результат креативного акта – основа креативности. Однако не всегда креатор может знать о конечном продукте своей деятельности, поэтому креативность понимается как акт специфической активности человека, порой не обусловленный конечной целью.

Креативность понимается с точки зрения ее готовых форм и результатов, и определяется как деятельность по созданию общезначимых (либо в каких-то конкретных областях) ценностей. Следует все же понимать, что результат креативности – это всего лишь один из признаков креативности, носящий социальный характер, не раскрывающий ее сущности, а указывающий лишь на ее проявление. Если бесспорной ценностью продуктов

утилітарної діяльності являється їх користь для людини, то в креативності важливо не сама річ, не те чи інші її корисні властивості та удосконалення, а втілені в ній знання та здібностей людей. Через оволодіння котрими, людина розвиває свої власні сили та можливості. Результати креативної діяльності людини виражають не природне відношення між речами та людиною, а суцільне відношення, суцільну зв'язь в сфері суттєвих взаємодій людей [4, с. 61].

Суцільна значимість креативності має подвійний характер, що включається в суцільну цінність креативності, але, в той же час не суцільно її обумовлює. Дійсно, джерелом креативності може бути суцільний інтерес, але це лише один з її джерел.

Креативна продуктивність в широкому сенсі розуміється як акт трансцендування, в який включені системи інтегрованого знання. Глибину та якість креативної діяльності забезпечують функції метауровня імманентного, його індивідуального та суцільного рівнів [5, с. 131].

Відносини компонентів креативності, які б визначали та економіку, немає єдиного висновку. Але деякі дослідники виділяють такі складові: домен – визначена галузь (система), в якій функціонує креативність; експертне поле – носії цієї системи, саме вони забезпечують існування домена; автор – людина, який усвоїв елементи домена створює нові ідеї [6, с. 32].

Відчуженість окремих галузей науки від основних сфер функціонування суцільності явилася причиною порушення природного креативного розвитку – створення нових цінностей. Ідеологічне «просієвання» будь-якої інформації привело до поглиблення креативної ситуації в нашій суцільності [7, с. 10].

Наукова парадигма, домінуюча в кінці ХХ століття зводила до мінімуму практичне застосування існуючих креативних знань і закінчувалася виключно в уявних формах творчого гоніття. В економічній сфері присутні відчужені події визначених подій минулого. Початок ХХІ століття ознаменувався формуванням суцільності необхідності до змін у всіх сферах життєдіяльності суцільності. Виділимо дві складові цього процесу. По-перше – руйнування релігійних, політичних та суцільних віровань, по-друге – це виникнення нових умов існування та суцільно нових ідей, які є наслідком сучасних відкриттів в області науки та промисловості. Ініціативність, зацікавленість в створенні нового, креативні пошуки, як правило, проявлялися «не стільки в створенні нових суцільностей, скільки в маніпуляції вже існуючими благами, для отримання суцільності вигоди» [8, с. 24]. Т.е. економіка носила зацікавлені характер.

Цей своєрідний вид новаторства представляє в суцільності свідомості феномен суррогата креативності, якими можуть бути економічні механізми та т.д. Іншими словами, опредмечування суцільності в економічній сфері реалізується в формі легалізованої спекуляції. Такі події надають креативності певну ізощреність та породжують суцільні крайності та безпорадність в умовах

відсутності суцільних критеріїв підкріплених матеріальною практикою в господарній діяльності.

Креативна складова сучасної економічної діяльності включається ще в один феномен – менеджментської діяльності. Керування як таке, а також керування ресурсами, прибутками, напрямками діяльності являється частинкою економічної сфери життя суцільності. Тому, представляється необхідним розглянути саме цей аспект більш детально.

Сучасний менеджмент ґрунтується як на вузько-спеціальних знаннях в науково-технічній сфері, так і на знаннях в керуванні людськими ресурсами багатонаціональних корпорацій. Здатність використовувати інструменти залучення, селекції, мотивації, навчання та просування кадрів спеціалістів та керівників, а також навички розробки та реалізації кадрових рішень можуть призвести до посилення конкурентоспроможності людського потенціалу компанії [9, с. 138].

Процеси глобалізації, що об'єднують в економічній життєдіяльності представників різних держав, національностей, ментальностей, релігійних переконань і т.д. вимагають необхідності нових якостей та властивостей керівників. Креативна складова в цьому випадку домінує над людськими потребами та властивостями особистості.

Механізм реалізації креативної діяльності включається в те, що креативність як суб'єктність належить не тільки особистості, але, в тому числі, та суцільній групі, інститутам. Основа креативної суцільності та економіки включається в існування громадянського суцільності, яке передбачає в суцільності аспекті саме суб'єктні якості особистості або суцільності. В ім'я справи людина здатна об'єднуватися двома способами – в формі організації та корпорації. В першому випадку, об'єднання здійснюється за допомогою держави, рішення «спускаються зверху», т.е. необхідним умовою існування організації є наявність контролюючого органу. Корпорації ж об'єднуються за вільною волею людей знизу вгору, що обумовлює її склад – активні, повноправні, рівноправні діячі.

Таким чином, креативна суцільність втягує за собою появу нової феномени – креативної економіки, ґрунтованої на інших вимогах до господарній діяльності, та самої особистості в цілому.

Висновки та перспективи дослідження: сучасна економічна діяльність піддається різним змінам, що впливають на розуміння сутності цієї діяльності, що змінює основу матеріальної діяльності, трансформуючи взаємодії людей між собою. Творче осмислення бізнес-задач, креативне рішення потреб особистості, необхідність креативності як суцільності якості – це нові складові сучасної господарній діяльності. В перспективі, предметом дослідження можуть бути окремі підприємства, особистості, що змінили звичайний спосіб речей, та визначені події, наприклад суцільні стартапи, що отримують в сучасному світі суцільну популярність.

Список використаних джерел

1. Фомічева І. Д. Суцільно-креативна функція СМІ в світ суцільності теорій / І. Д. Фомічева // Вестник Московського університету. Серія 10. Журналістика. – 2002. – №1. – С.46–57.

2. Savicka A. Postmaterialism and globalization: the specificity of value change in the post-communism milieu / Research institute of culture, philosophy and arts. – Vilnius, 2004. – 163 p.

3. Федь В. А. Искусство и творчество в системе диалога культур / В. А. Федь // Наука. Религия. Общество. – 2005. – №4. – С.89–94.

4. Гольдентрихт С. С., Пьянова Л. А. К вопросу об общей теории творчества / С. С. Гольдентрихт, Л. А. Пьянова // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 1983. – №2. – С.52–61.

5. Карпов А. О. К проблеме феноменологии творчества / А. О. Карпов // Философские науки. – 2005. – №5. – С.105–119.

6. Саприкина Н. Феномен креативности в дискурсе заглавной теории творчости // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2010. – №22 (209). – Ч. II. – С.28–33.

7. Дербак А. П. Національна самосвідомість як форма самопізнання особистості / А. П. Дербак // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2002. – №46. – С.9–12.

8. Бодак В. Релігія і творчість / В. Бодак // Світ людини. – 2004. – №6. – С.52–55.

9. <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/4622/4741>

References

1. Fomicheva I. D. Sotsialno-kreativnaya funktsiya SMI v svete obshchestvennykh teory / I. D. Fomicheva // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. – 2002. – №1. – S.46–57.

2. Savicka A. Postmaterialism and globalization: the specificity of value change in the post-communism milieu / Research institute of culture, philosophy and arts. – Vilnius, 2004. – 163 p.

3. Fed V. A. Iskusstvo i tvorchestvo v sisteme dialoga kultur / V. A. Fed // Nauka. Religiya. Obschestvo. – 2005. – №4. – S.89–94.

4. Goldentriht S. S., Pyanova L. A. K voprosu ob obshchey teorii tvorchestva / S. S. Goldentriht, L. A. Pyanova // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 7. Filosofiya. – 1983. – №2. – S.52–61.

5. Karpov A. O. K probleme fenomenologii tvorchestva / A. O. Karpov // Filosofskie nauki. – 2005. – №5. – S.105–119.

6. Saprikina N. Fenomen kreativnosti v diskursi zagalnoyi teorii tvorchoosti // Visnik LNU imeni Tarasa Shevchenka. – 2010. – №22 (209). – Ч. II. – С.28–33.

7. Derbak A. P. Natsionalna samosvidomist yak forma samopiznannya osobistosti / A. P. Derbak // Visnik Kiyivskogo natsionalnogo universitetu imeni Tarasa Shevchenka. – 2002. – №46. – С.9–12.

8. Bodak V. Religiya i tvorchist / V. Bodak // Svit lyudini. – 2004. – №6. – С.52–55.

9. <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/4622/4741>

Lavlinskiy R. O., PhD, associate professor, Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (Ukraine, Krivoi Rog), mercuriy84@mail.ru

Nikolenko K. V., Senior Lecturer, Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (Ukraine, Krivoi Rog), Kseniya_nikolenko@mail.ru

Creativity as a subject of economic activity

Purpose: study of creativity as a social phenomenon that affects different social processes related to the formation, use and redistribution of wealth.

Methodology: Comparative analysis was carried out to study the phenomena of economic and creative activities, also used general logical methods.

Findings: Analyzed the place and importance of creativity as a socio-economic phenomenon, set the main features of the creative economy, as well as the necessary social transformation.

Originality: Creativity is considered as the universal heritage, is an instrument of innovation and a new method of obtaining.

Practical value. Research materials may be used in the study of such disciplines as philosophy, social philosophy, pedagogy, psychology, culture, and others.

Keywords: creativity, the economy, the creative act, innovation, creative management.

Лавлінський Р. О., кандидат філософських наук, доцент, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського (Україна, Кривий Пі), mercuriy84@mail.ru

Ніколенко К. В., старший викладач, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського (Україна, Кривий Пі), Kseniya_nikolenko@mail.ru

Креативність як об'єкт економічної діяльності

Мета: дослідження креативності як соціального явища, що впливає на різноманітні суспільні процеси які стосуються формування, споживання та перерозподілення матеріальних благ.

Методика: здійснювався компаративістський аналіз для вивчення феноменів економічної та креативної діяльності, також використовувалися загальнологічні методи.

Результати. Проаналізовано місце і значення креативності як соціально-економічного явища, встановлені основні риси креативної економіки, а також необхідні для цього соціальні трансформації.

Наукова новизна. Креативність розглянуто як загальнолюдське надбання, що виступає інструментом інновацій та методом отримання нового.

Практична значущість. Матеріали дослідження можуть використовуватись при вивченні таких дисциплін як філософія, соціальна філософія, політологія, соціологія та ін.

Ключові слова: креативність, економіка, креативний акт, інновації, креативний менеджмент.

* * *

УДК 130.2;14(091)

Мельник В. В.,

кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри управління, інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції, Інститут управління та економіки освіти Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), doc.v.melnik@mail.ru

ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОДІЇ ЛЮДИНИ І СУСПІЛЬСТВА В ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СОЦІУМІ

Представлено аналіз теоретико-методологічних засад взаємодії і взаємодії особистості і глобалізованого соціуму; логіка розгортання людської цивілізації та світоглядних орієнтирів особистості в епоху глобалізації; сутність процесів глобалізації та появи нового глобалізованого соціуму; передумови та фактори становлення глобалізованого соціуму; проблеми, пов'язані з цією взаємодією та взаємодією; поява нового типу онлайн-вінносин в контексті формування мережевого суспільства.

Ключові слова: людина, глобалізований соціум, основні фактори глобалізації, інформаційна взаємодія, онлайн-вінносини, онлайн-нове товариство, нелінійний характер суспільства, мережеве суспільство.

Актуальність дослідження динаміки сучасного суспільства і пошуки концепцій сталості особистості, підвищення її адаптаційного потенціалу в умовах загроз і викликів цивілізації набуває сьогодні першочергового значення. Тенденції глобалізації охопили всі сфери суспільного життя – економіку, політику, культуру. Характерною рисою глобалізації являється те, що вона формує не тільки новий образ суспільства, але й істотно перетворює особистість кожного суб'єкта як учасника глобалізації. Глобалізація, якісно змінюючи економічну, політичну і соціокультурну структури суспільства, приводить до глибинних зсувів, до ломки багатьох світоглядних орієнтирів особистості, але не завжди однозначних згідно з їх наслідками у свідомості індивідів, втягуючи їх у стан невпевненості і страху перед майбутнім. Крім того, сучасний глобалізований світ залишається світом небезпек, ризиків, конфліктів, протистоянь. Це ускладнює процес пристосування людини до нових життєвих умов і сприяє консерватизму чи радикальному антиглобалізму, приводить до культурної, соціальної і політичної локалізації. Глобалізація приводить до генерації не тільки просто нової індивідуальності, але й до зародження нового типу особистості, яка стає однією з головних умов формування глобальних соціально-онтологічних процесів.

Орієнтири особистості корелюються з певними процесами глобалізації, аналіз яких необхідний для формування стратегії будь-якого суспільства і держави на шляху глобалізації. Аналіз особливостей динаміки світоглядних орієнтирів особистості є актуальним питанням при розробці шляхів розвитку і формування як