



КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ ФІЛОСОФІЇ ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ

ГО «МАЙСТЕРНЯ АКАДЕМІЧНОГО РЕЛІГІЄЗНАВСТВА»

## «КИЇВСЬКІ ФІЛОСОФСЬКІ СТУДІЇ-2020»

*Матеріали Всеукраїнської наукової конференції  
з міжнародною участю  
19 травня 2020 року*

Тези доповідей

м. Київ  
2020

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради  
Історико-філософського факультету  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
(протокол № 9 від 16.04.2020)*

**Редакційна колегія:**

*Александрова О.С. – доктор філософських наук, професор  
Додонов Р.О. – доктор філософських наук, професор  
Горбань О.В. – доктор філософських наук, професор  
Додонova В.І. – доктор філософських наук, професор  
Ломачинська І.М. – доктор філософських наук, професор  
Филипович Л.О. – доктор філософських наук, професор  
Шепетяк О.М. – доктор філософських наук, доцент*

**Ф 56 Київські філософські студії-2020** : Матеріали Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю (м. Київ, 19 травня 2020 р.) : тези доповідей / за заг. ред. проф. Р.О. Додонova. – Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020. – 573 с.

Збірник містить тези доповідей і виступів учасників Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю «Київські філософські студії», яка відбулася в Київському університеті імені Бориса Грінченка 19 травня 2020 року. У поданих матеріалах висвітлено широке коло актуальних проблем сучасної гуманітаристики, зокрема таких її галузей як: історія філософії, соціальна і політична філософія, філософія культури, етика, естетика, релігієзнавство, філософія освіти, політологія тощо. Збірник адресовано науковцям, викладачам вищої школи, аспірантам, докторантам, студентам, усім, хто цікавиться розвитком філософської думки. Матеріали подані в авторській редакції англійською та українською мовами. Відповідальність за грамотність, науковий і літературний зміст, достовірність фактів і посилань несуть автори тез.

Зміст  
СЕКЦІЯ 1.

**Метафізика міста. Києвознавство**

<i>Ксенія Гуржси.</i> МІСТО ЯК МІФОЛОГІЧНИЙ КОНСТРУКТОР	15
<i>Інна Гурова.</i> МІСТО ЯК ТЕКСТ КУЛЬТУРИ: КИЇВСЬКІ ВИМІРИ	20
<i>Роман Додонов.</i> УСИПАЛЬНИЦЯ КИЇВСЬКИХ КНЯЗІВ У ДЕСЯТИННІЙ ЦЕРКВІ ТА ПИТАННЯ ПРО ДАТУВАННЯ ХРЕЩЕННЯ РУСІ	24
<i>Олег Дрегалю.</i> ТУРСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ КИЄВА В КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	28
<i>Станіслав Іващенко.</i> ОБРАЗ СОФІЇ КИЇВСЬКОЇ: НА ПЕРЕТИНІ ЯЗИЧНИЦТВА І ХРИСТИЯНСТВА	32
<i>Наталія Ковальчук, Martin Hetenyi (Словакія).</i> КИЇВ В БІБЛІЙНОМУ ВИМІРИ	35
<i>Марина Колінько.</i> ЛЮДИНОВИМІРНА ТОПОЛОГІЯ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ	37
<i>Марія Малецька.</i> PECULIARITIES OF TOPOS OF THE CITY IN VIDEOGAMES	40
<i>Наталія Мозгова.</i> З ФІЛОСОФСЬКОГО ЖИТТЯ КИЄВА ХІХ СТОЛІТТЯ	45
<i>Леонід Панасюк, Яна Омельченко.</i> НОВІТНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНОГО МІСТА	48
<i>Дмитро Скопич.</i> СУЧАСНІ ДИСКУСІЇ ПРО ЗАСНУВАННЯ СОФІЇ КИЇВСЬКОЇ	52

СЕКЦІЯ 2.

**Історико-філософська класика: рецепції та інтерпретації**

<i>Ірина Березінець.</i> ПРИНЦИПИ КОНФУЦІАНСТВА У СУЧАСНОМУ КИТАЇ	55
<i>Ніна Бородійчук.</i> ВПЛИВ ІДЕЙ КАРЛА МАРКСА НА ПОГЛЯДИ ЕРІХА ФРОММА	56
<i>Віталій Брижнік.</i> ДІАЛЕКТИКА ІСТОРИЧНОГО ЧАСУ ТА ЕСТЕТИЧНОГО ДОСВІДУ ЛЮДИНИ У ЗБІРЦІ РОБІТ ГАНСА УЛЬРИХА ГУМБРЕХТА «РОЗЛАДНАНИЙ ЧАС»	60

<i>Віра Додонова.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННОСТЕЙ ЛЮДИНИ ТА ЛЮДСТВА ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ	166
<i>Lukasz Donaj (Poland).</i> POLISH WAY TO INFORMATION CIVILIZATION	170
<i>Анастасія Дупеха.</i> ВІД МЕТИ ДО СЕНСУ: ЖИТТЄВА СТРАТЕГІЯ ЛЮДИНИ	174
<i>Катерина Зень.</i> ЧЕТВЕРТА ПРОМИСЛОВА РЕВОЛЮЦІЯ: ПРОГРЕС ЧИ РЕГРЕС	178
<i>Ганна Коваль, Емілія Костишин.</i> ДО ПИТАННЯ ПРО ПРИЧИНИ ЗМІНИ ЦІННОСТЕЙ У СУЧАСНОМУ СВІТІ	181
<i>Наталія Крохмаль.</i> ДО ПОНЯТТЯ ВІРТУАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ	184
<i>Дарина Лісова.</i> ЖИТТЯ – НАЙВИЩА СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ	188
<i>Богдан Ломачинський.</i> МІФОЛОГЕМИ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЯК РЕГУЛЯТОРИ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	191
<i>Тетяна Любич.</i> ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК АКТУАЛЬНИЙ КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР	194
<i>Наталія Мілютіна.</i> ДЕКОНСТРУКЦІЯ ГЕНДЕРНОЇ МАТРИЦІ	197
<i>Артем Міняйло.</i> НОВІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	201
<i>Ендрю Валтер Джордж Мозес.</i> КРИЗА СУЧАСНОЇ СВОБОДИ	205
<i>Катерина Мороз.</i> ПРОБЛЕМАТИКА ЛЮДСЬКОГО БУТТЯ ЯК ПРОСТІР ЦІННІСНОГО ОСМИСЛЕННЯ	207
<i>Луїза Морус.</i> РАЦІОНАЛЬНЕ І ЧУТТЄВЕ У ВІЙНІ ЛЮДСЬКОГО ВСЕСВІТУ	209
<i>Людмила Овсянкіна, Тетяна Купрій.</i> СУЧАСНА МОДА ЯК СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ФЕНОМЕН	211
<i>Іван Олійник.</i> АНАЛІЗ ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ВАЖЛИВОГО ЕЛЕМЕНТУ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ	213
<i>Юрій Омельченко.</i> ПОНЯТТЯ ХРОНОСУ І КАЙРОСУ У ФІЛОСОФІЇ ІСТОРІЇ	217
<i>Микита Пилкін.</i> ФІЛОСОФІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ	219

**Людмила Овсянкіна**

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри філософії*

*Історико-філософського факультету  
Київського університету імені Бориса Грінченка*

**Тетяна Куррій**

*кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри філософії*

*Історико-філософського факультету  
Київського університету імені Бориса Грінченка*

## **СУЧАСНА МОДА ЯК СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ФЕНОМЕН**

Сучасна мода – суперечливий феномен, який привертає увагу не тільки фахівців з моди, але й стає центром важливих наукових дискусій. Сьогодні вона одночасно розглядається як соціально-філософський феномен, глибоке психологічне явище, історичний феномен та своєрідна естетична філософія, яка дозволяє людині виражати власні потреби, інтереси, амбіції та цінності. Метою даного дослідження є аналіз суперечливого феномену моди, який акумулює в собі найважливіші соціально-політичні, культурні, історичні зміни та психологічний стан суспільства, швидко реагує на них, пропонуючи нові яскраві естетично-культурні моделі, образи та зразки поведінки, характерні для нової історичної ситуації та епохи в цілому.

Сучасна постіндустріальна культура є яскраво вираженою культурою масового споживання, в якому мода є динамічною формою стандартизованої масової поведінки. Суспільству споживання властива динамічність, відвертість, надмірність, соціальна диференціація та мобільність. Воно швидко створює нові символи, яких необхідно дотримуватися, оскільки вони, в тому числі і мода, визначають спосіб життя та поведінку індивідів, моральні установки та ціннісні орієнтації, що відповідають духу споживання як умові, без якої соціальний успіх індивіда та престиж стають важко доступними.

Так, представники семіотичного підходу – французькі дослідники Р. Барт, Р. Сеннет, П. Бурдьє, Ж. Бодрійяр, – знаковість (як істотну властивість моди) розглядають як причину, що необхідна для стимулювання постійного обміну в індустріальному суспільстві та існування особливого «потягу до моди». Дійсно, сьогодні в основі створення модного образу лежить визначення певних візуальних кодів (колір, форма одягу тощо), які змінюються від сезону до сезону. Мода сьогодення трансформувалася у модний маркетинг суспільства споживання. Більш того, сьогодні перестає домінувати і код модної форми. Код форми трансформується в код формату – сьогодні моду визначає формат, ситуативна ідентифікація. Мода перестала бути диктатором, вона лише задає вибір з досить великого числа варіацій

### Секція 3. Аналітика соціальних процесів

стилів, стає інструментом ситуативної ідентифікації, «форматування». Свого часу ще Е. Тоффлер вказував, що для періоду науково-технічної революції характерним є значне багатоманіття стилів життя [2, с. 247]. Філософ пов'язував наявність у суспільстві різноманітних стилів життя з поділом не на класи, групи та соціальні верстви, а на субкультури. Саме тому сучасній людині складно зорієнтуватися в цьому розмаїтті субкультур і сформувати власний стиль життя. Слід зазначити, що мода змінює не тільки предметний світ, але й духовний. Вона виникає в результаті дії факторів надмірності і самодостатності, є феноменом культури і сурогатом релігії, в її основі лежать стадні інстинкти людини. Поступово розвиток цивілізації у XXI столітті сприяє появі такої людини, яка оточує себе речами-знаками, символами, які відрізняють її від інших та водночас поєднують з ними та світом в цілому.

Характеризуючи сучасну епоху, Ж. Липовецьки [1, с. 39] називає її «суспільством гіперспоживання», якому притаманне завоювання повсякденного життя брендами та обміном. У це гіпермаркетне століття неоспоживач, який звільнився від старих (традиційних) правил, стає одержимим модою і все більш непередбачуваним, гнучким та мобільним у своїх смаках та покупках. Народжується нова людина – турбо-споживач, який шукає емоційних переживань, прагне до розкоші, але мріє отримати все безкоштовно, і саме тому купує дешево. Наступає епоха нарцисизму і гедонізму, в якій людина відчуває гостру потребу у заповненні духовного вакууму, пошуку орієнтирів та відчутті втраченого почуття стабільності. Ж. Липовецьки також уподібнює моду специфічному засобу релаксації, через який почуття гумору допомагає людині легко розкріпатися і звільнитися від соціального контролю [1, с. 52].

У сучасних умовах глобалізації мода виконує специфічні функції виробництва та підтримки символічного порядку, пов'язаного з вимогами сучасного масового виробництва та його мережевої структури. Вона активно визначає і структурує процес сучасного споживання, а також виконує уніфікуючу функцію. Культурна уніфікація пов'язана з процесами поширення сучасного знання, стандартів освіти, форм культурного споживання тощо. Всі ці моменти культурної уніфікації орієнтовані на уніфікацію символічної сфери сучасного світу. У цьому процесі мода займає важливе місце, оскільки вона є засобом трансляції символічного змісту сучасної культури. З одного боку, на масового споживача постійно впливає глобалізаційний та нівелюючий ідентичність і культурну своєрідність тиск модних зразків поведінки, відбувається стандартизація різних сторін життя і зовнішнього вигляду. З іншого, – глобалізацію супроводжує сплеск локальної етнічної самосвідомості, позиціонування індивідуалізму, філософія екологізації виробництва та споживання.

Отже, зазначені тенденції, в кінцевому рахунку, переробляються і адаптуються суспільством масового споживання, глобалізаційною економікою і стандартизованою системою попиту та пропозицій.

Національні (етнічні) символи, субкультурні знакові коди, вінтажні «спогади» стають при цьому елементами вільного спілкування людей в транснаціональному масштабі. На наш погляд, в міру стирання класової поляризації та зростання демократії мода створює ілюзію соціальної рівності. Проте все одно вона залишається засобом підкреслення соціальних відмінностей, але вже не стільки «вищих» і «нижчих», скільки просто різних соціальних груп. Для забезпечення більш ефективного функціонування моди як соціального інституту необхідна соціальна кооперація та різні види групової активності, що використовуються для формування символічних елементів цього інституту та впливають на його природу та зміст.

### **Література**

1. Липовецьки Ж. Ера пустоти. Ессе о современном индивидуализме. Москва: Изд-во «Владимир Даль», 2001. 336 с.
2. Тоффлер Э. Шок будущего. Пер. с англ. Москва: АСТ, 2002. 557 с.

*Іван Олійник*

*аспірант спеціальності «Філософія»*

*Історико-філософського факультету*

*Київського університету імені Бориса Грінченка*

### **АНАЛІЗ ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ВАЖЛИВОГО ЕЛЕМЕНТУ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ**

В Україні підхід до визначення зайнятості ґрунтується на співвідношенні чисельності працюючих і кількості економічно активного населення, що спирається на рекомендації Міжнародної організації праці. За визначенням МОП, економічно активне населення складається з населення обох статей віком від 15 до 70 років включно, яке впродовж певного періоду часу забезпечує пропозицію робочої сили на ринку праці [9, с.172]. До складу економічно активного населення входять особи, які займаються економічною діяльністю або шукають роботу, тобто зайняті та безробітні.

Трансформації у вітчизняній економіці, кризи (невеликі в окремих галузях і масштабні 2008 року та поточна) спричинили загострення багатьох проблем, зокрема, й проблеми зайнятості, нестабільної ситуації на ринку праці, дисбалансу попиту і пропозиції робочої сили. Внаслідок такої ситуації люди поступово втрачають відчуття захищеності та впевненості, відтак, спостерігаємо активний ріст представників прекаріату та поширення на ринку праці атипових прекарних практик. Проблема зайнятості населення є однією з найгостріших соціально-економічних проблем української держави. За таких умов зростає роль ефективної діяльності державних управлінських інститутів у сфері зайнятості населення, які мають «пом'якшувати»

Наукове видання

**КИЇВСЬКІ ФІЛОСОФСЬКІ СТУДІЇ-2020**

Матеріали  
Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю  
(м. Київ, 19 травня 2020 р.)

Головний редактор:  
**Роман Олександрович Додонов,**  
д-р філос. н, проф.

Підписано до друку 15.05.20  
Папір офсетний  
Друк офсетний  
Умов. друк. арк.

Формат 84x60/16  
Гарнітура Times New Roman.  
Наклад 300 прим  
Обл.-вид. арк.

Віддруковано з оригіналів замовника.  
ФОП Корзун Д.Ю.

Видавець та виготовлювач ТОВ «Нілан-ЛТД»