

popiera możliwość przekazania podatku wybranemu Kościołowi [Elektronnyy resyurc]. – Режим доступу : http://www.pastoralis.pl/aktualnosci/polska/wiekszosc_polakow_popiera_mozliwosc_przekazania_podatku_wybranemu_kosciolowi. 23. Wislowski J. Opinia o projekcie ustawy O zniesieniu Funduszu Kościelnego [Elektronnyy resyurc]. – Режим доступу: <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,3832/q,Opinia.o.projekcie.ustawy.O>.

zniesieniu.Funduszu.Koscielnego. 24. Zapowiedź likwidacji. Fundusz Kościelny. Wersja elektroniczna dostępna pod adresem: http://pl.wikipedia.org/wiki/Fundusz_Ko%C5%9Bcielny. 25. Posiedzenie Sejmu VII kadencji [Elektronnyy resyurc]. – Режим доступу: <http://sejm.gov.pl/Sejm7.nsf/komunikat.xsp?documentId=17F5969474C95DC5C1257A0E00227355>.

Надійшла до редколегії 06.09.13

Л. Д. Владыченко

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЦЕРКОВНОГО ФОНДА – АКТУАЛЬНЫЙ ВОПРОС ГОСУДАРСТВЕННО-КОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПОЛЬШЕ

Проведено исследование современного состояния реформирования церковного фонда в Польше как одного из самых актуальных вопросов государственно-конфессиональной сферы. Выяснено сроки и причины возникновения Церковного фонда и его целевого назначения. Определены причины правительственной инициативы касающейся реформирования Церковного фонда. Проведен анализ законодательской правительственной и парламентской инициативы в проведении намеченной реформы. Описано современное состояние переговорного процесса между уполномоченными представителями правительства Польши и религиозными организациями относительно реформы указанного фонда.

Ключевые слова: Церковный фонд, государственно-конфессиональные отношения, право "мертвой руки", благотворительная деятельность религиозных организаций, сакральные сооружения, социальное обеспечение духовных лиц.

L. D. Vladychenko

REFORMING OF THE CHURCH FUND AS AN URGENT ISSUE OF CHURCH-STATE RELATIONS IN POLAND

The author made a research of the current state of reforming of the Church Fund in Poland as one of the most urgent issues of state-church area. There have been clarified the timing and causes of establishing of the Church Fund and its purpose. Additionally there have been highlighted the reasons for the governmental initiative to reform the Church Fund. The governmental and parliamentary legislative initiatives were analysed from perspective of conducting above mentioned reform. The author also outlined the current state of negotiations between the authorized representatives of the Polish government and religious organizations to reform the Church Fund.

Keywords: Church Fund, state-church relations, the right of the "dead hand", charitable activities of religious organizations, sacral building, social insurance of the clergy.

УДК 174

Н. В. Горбенко, асп., Інститут суспільства, КУ ім. Б. Грінченка

ЗНАЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ДЛЯ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В УКРАЇНІ

В статті досліджується значення формування корпоративної культури в сучасному університеті, як складової публічної моралі – а саме, механізму координування інтересів певної спільноти людей (університету) і особистості. Розглядаються основні проблеми (зовнішнього та внутрішнього характеру), які є актуальними для розвитку вітчизняної університетської корпорації.

Ключові слова: корпоративна культура, університет, філософія освіти.

Етико-філософський аналіз корпоративної культури університету постає досить новим напрямом вітчизняної філософської думки, оскільки ще до середини ХХ століття етика як галузь філософського знання мала переважно метафізичний характер. І лише ближче до зламу тисячоліть в ній починає спостерігатися поворот досліджень до прикладних проблем та проблем публічної моралі (виникають біоетика, політична етика, бізнесова етика, етика в освіті тощо). Тепер етичні відносини носять характер переважно не міжособистісний, а відносин між групою людей і особистістю.

Таким чином, актуалізація прикладної етики в контексті теорії, практики і переосмислення багатьох соціальних проблем може стати підґрунтям подальшого реформування сучасного українського суспільства. І однією з нагальних потреб сьогодення постає відновлення культурного капіталу в Україні, забезпечення подальшого розвитку людського капіталу в умовах світових викликів. Провідна роль, на нашу думку, у розв'язанні окреслених проблем належить, перш за все, університетській системі освіти і науки.

Проте, сучасний університет в умовах генезису інформаційного суспільства та соціокультурних трансформацій потребує нової системи ціннісно-нормативних уявлень, що забезпечать його існування і зможуть виступити регулятивами суспільного життя, самореалізації особистості. Саме такою новою системою цінностей, на нашу думку, має стати корпоративна культура, щоб сприяти реалізації інтелектуального капіталу і творчого потенціалу особистості.

Корпоративна культура університету постає складовою більш широкого поняття корпоративної культури в

сфері публічної моралі. Поняття "корпоративної культури", питання моральності в організаційних та виробничих відносинах досліджено досить ґрунтовно: починаючи від соціологічних праць К. Маркса, Ф. Енгельса; продовжуючи на зламі ХІХ–ХХ ст. – Е. Дюркгеймом і Ф. Тьоннісом; та закінчуючи більш глобальною "теорією управління" початку ХХ ст., й поширеної теорії "роздільних цінностей" (запозичена з японської культури ідея про створення організації з такими моральнісними цінностями, які б об'єднували весь колектив). Можливо, саме від цих останніх теорій і створюється корпоративна етика як певний інструмент реалізації даної ідеї.

Серед зарубіжних дослідників найбільш вагомий внесок у вивчення колективних взаємовідносин зробили такі вчені як Г. Блумер, М. Вебер, Х. Візенталь, Г. Гарфінкель, І. Гофман, Р. Л. Дафт, Е. Дюркгейм, Дж. Ельстер, Дж. Коулмен, Дж. Г. Мід, Р. Міхельс, М. Олсон, К. Оффе, Т. Парсонс, А. Страус, Т. Шеллінг, А. Шютц та Т. Лукман, а також спеціалісти з теорії управління К. Грей, Г. Кунда, Г. Морган, С. Роббінз, Е. Шейн тощо. У дослідженні самого поняття "корпоративна культура" істотний внесок зробили М. Армстронг, Ф. Котлер, А. Маслоу, К. Томпсон та інші.

Дослідження корпоративної культури в нашій країні розпочалися на межі ХХ–ХХІ сторіччя. Різноманітні аспекти цієї проблематики розкриті у наукових працях російських та вітчизняних вчених, а саме: С. Абрамової, О. Віханського, Ю. Гончарова, О. Грішнєвої, Є. Жеріхова, Г. Захарчин, В. Козлова, А. Колота, В. Кубко, О. Кузьміна, Д. Ліфінцева, В. Маслової, Г. Назарової, А. Наливайка, Ю. Палехи, І. Петрової, В. Разманова, Г. Хаєта, О. Харчишиної, А. Черпак та інших. Специфіка орга-

нізаційної культури на українському просторі визначена у дослідженнях С. Баранової, І. Блохіної, І. Сняданко.

Серед українських вчених, які почали досліджувати особливості організаційної культури у закладах освіти, можна назвати Л. Карамушку, Ж. Серкіса, Т. Ткач, О. Філь; зокрема тему особливостями організаційної культури вищого навчального закладу як важливої складової іміджу сучасного університету розвивали Л. Захарова, Т. Кирилова.

Утім недостатньо дослідженою у вітчизняній науковій літературі проблематика корпоративної культури як чинника інституційного становлення та розвитку сучасного університету. Використання ж іноземних розробок є неефективним через суттєві ментальні розбіжності у культурах. Хоча, при дослідженні проблематики корпоративної культури сучасного університету можна використати наукові розвідки таких сучасних російських дослідників в цій галузі як О. Алтайцев, Р. Апресян, Л. Белова, А. Гусейнов, О. Євченко, С. Кузичев, О. Дробницький тощо.

Серед усього кола проблем, що розв'язуються вищезгаданими дослідниками в галузі корпоративної культури, виокремлюються ті, що стосуються корпоративної культури сучасного університету. Дослідники звертають увагу на певні чинники, які впливають на формування корпоративної культури університету: суб'єктивні (соціально-демографічні характеристики професорсько-викладацького складу, їхній професійний досвід, особистісну систему цінностей і систему трудової мотивації), та об'єктивні (специфіка університету, історія його становлення і розвитку, тип керівництва).

Основні завдання дослідження вітчизняної корпоративної культури університету, які можна розділити на дві умовні групи:

1) внутрішні проблеми: локальні – особистість керівника, неадекватно визначені місія, цілі й завдання організації, кваліфікація, освіта, загальний рівень педагогіки; глобальні – формування та легітимізація університетської корпорації зі створенням її нормативної (формальної) бази: кодекс, правила, зразки поведінки, умови співіснування, а також створення системи відносин, які б захищали права автора (запобігання запозиченням без посилання на автора) та запобігання фальсифікації фактів;

2) зовнішні проблеми: локальні – національні особливості, традиції, економічні реалії, панівна культура у навколишньому середовищі; глобальні – коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища (докладно розглянемо нижче).

Стосовно розв'язання внутрішніх проблем, можна зазначити, що формування і побудова освітнього простору університету, як будь-якої системної та ієрархічної організації, відбувається за звичайною схемою, коли система містить складові (підсистеми), де співробітники та студенти групуються відповідно до структури організації з їхньою основною функцією. На рівні кожного конкретного університету основна організаційна культура трансформується в субкультуру під впливом суб'єктивних і внутрішньоорганізаційних чинників, яким притаманні несформульовані цінності, неформальні норми.

Все це визначає відмінність в нормах, цінностях і зразках поведінки як між субкультурами різних університетів, факультетів і кафедр всередині одного університету, так і між субкультурами окремого університету і основною організаційною культурою інституту вищої професійної освіти.

Отже, завдання полягає в тому, аби формалізувати та легітимізувати ці норми і змусити співіснувати всі групи за єдиними правилами (створюються Кодекси

корпоративної етики, Правила внутрішнього розпорядку, Колективні договори тощо). Наприклад, сьогодні наочний потужний процес формування кодексів корпоративної етики, який притаманний багатьом університетам Російської Федерації: Московському державному університету імені М. В. Ломоносова, Південному федеральному університету, Казахському національному університету ім. аль-Фарабі, Північному державному медичному університету, Владимирському університету тощо.

У таких документах формуються єдині для всієї організації моральні цінності і моральнісні вимоги для запобігання можливої шкоди від аморальних дій її членів. Ці документи мають відбивати механізми запровадження як всередині університетського співтовариства, між усіма його учасниками, розробляється система санкцій.

Також необхідно відзначити, що організаційна культура українських сучасних університетів більшою мірою орієнтована на взаємодію із зовнішнім законодавством, ніж на внутрішню нормотворчість. Це тривалий процес, який часто зустрічає опір з боку носіїв організаційної культури – викладачів, більша частина яких додержуються цінностей організаційної культури минулого; а також з боку студентів, яким притаманний анархізм (йдеться не про нездатність організовуватись в "бунтівні" спільноти, а саме про самоорганізацію і самодисципліну). Як один із закономірних результатів цього – масова проблема сучасного наукового співтовариства – проблема запозичень без посилання на автора (плагіат), замовлених робіт та фальсифікації даних. Плагіат в епоху доступу інформації online стає буденною справою, починаючи від шкільних рефератів і закінчуючи захистом дисертацій.

Зрозуміло, що "чистота" дослідження, методів наукового дослідження, довіра до автора – запорука розвитку науки та набуття нового знання. Для запобігання плагіату, замовленим роботам та фальсифікаціям наукових даних потрібно сформувати культуру і норми як на моральному, так і законодавчому рівнях. Наприклад, у світі широко використовуються наукометричні бази (WOS, SCOPUS, Ulrich's Periodicals Directory, РИНЦ тощо), як інструменти для оцінки вчених чи наукових організацій на підставі цитування. Для запобігання поширення запозичень без посилання на автора також уводяться програми на перевірку і вміст плагіату (Advego Plagiatus, Антиплагиат, ПЛАГИАТА.net, Детектор плагиата тощо).

Отже, відносити вище проаналізовану проблему до "внутрішньої" при побудові корпоративної культури сучасного університету, було б не зовсім коректно; вона стає більш глобальною і виходить за межі конкретної установи. До таких – зовнішніх – відноситься і таке коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища:

- 1) проблема "гуманітарних факультетів",
- 2) проблема комерціалізації освіти (ринкових відносин) і "кадрового голоду",
- 3) проблема хибного розуміння "елітарності" окремих спеціальностей або університетів.

Проблема "гуманітарних факультетів" не нова: ще Ж. Бодрийяр у праці "Символічний обмін та смерть" (глава "Травень 1968 року: ілюзія виробництва") зазначає, що переламним моментом в переході виробництва у відтворення став сучасний університет, а саме його гуманітарні факультети (які, начебто нічого не виробляють – і це очевидно, бо вони лише відтворюють). Це спонукало до студентських виступів 1968 року як пошук відповідей на ті питання, на які студенти намагалися віднайти відповіді: про потрібність у суспільстві і безвідповідальність, про соціальну неповноцінність тощо. [2].

Розв'язком цієї проблеми стало звернення до інституціонального підходу у визначенні університету, який дозволяє трактувати його як багатофункціональний, багатопрофільний соціокультурний інститут, що взаємодіє з державою на певній легітимній основі і виконує функцію трансляції наукового знання і культурних цінностей, а також підготовки професійних кадрів. Тобто університет не лише має служити виробництву, а й відтворювати викладачів, знання й культуру, які самі стають факторами відтворення системи в цілому.

Проблема комерціалізації освіти (ринкових відносин) і "кадрового голоду" у сучасному університеті полягає в тому, що на відміну від промислових підприємств, результат роботи університету має умовний потенціал економічного прибутку для держави. Адже основний продукт виробництва університету – професійні знання, вміння та навички фахівців з дипломами. Тут є серйозна небезпека переродитися на підприємницькі структури з виробництва знань, які вбачають мету тільки в підприємницькому менеджменті й залишили ідею набуття зв'язків у площині культури, діалогу культур. Звісно, сучасні українські університети (зважаючи на їхню кількість) в своєму розвитку підпорядковуються цінностям і законам ринкового виживання, нормам підприємництва, підлаштовуються під вимоги носіїв влади і відступають від справжніх цілей і цінностей вищої освіти, тим самим закладаючи основу соціальних конфліктів в університетському співтоваристві.

Тому однією з головних тенденцій нового століття стають активні заходи щодо розширення освітнього простору. Освіта все більше усвідомлюється як *потреба*, що визначає форми безперервної освіти. Український ринок освітніх послуг – це відгук на зростаючі потреби суспільства у вищій освіті. Проблема полягає в тому, що в освітніх послугах можна потрапити під вплив реклами і втратити своє призначення – адже реклама розкриває *споживчі* особливості освітніх послуг, символізуючи не якість знання, його зміст або рівні, а можливість, часто віртуальні. Вона співвідносить знання з категоріями престижу, моди, матеріальної забезпеченості, швидкості отримання освіти. Людина втягується в споживчу спокусу й поширює на освітню сферу той досвід, який із шаленою швидкістю формується в неї щодо споживання товарів і послуг. Вища освіта перетворилася на товар, а виробники цього товару неабияк зацікавилися маркетингом. Їх турбує професійна дезорієнтація майбутніх абітурієнтів у поєднанні з відсутністю системи розподілу випускників вишів. Усе це може призвести через декілька років до "кадрового голоду" як у сфері матеріального виробництва, так і у сфері послуг. Незважаючи на процеси, що відбуваються в галузі підготовки фахівців, ні університети, ні керівні органи державного управління не ведуть маркетингових досліджень, поглиблюючи тим самим кризові явища [10].

Проблема хибного розуміння "елітарності" окремих спеціальностей або університетів на теренах нашої країни є досить поширеною, вона пов'язана з розумінням студентами освіти як ключа до кар'єри (звісно, успішної), набуття високого соціального статусу, можливості самореалізації в підприємницькій, фінансовій, соціальній діяльності. Це призводить до розшарування й диференціації в самій освітній структурі, причому не тільки, і не стільки за ознакою і наявністю наукового таланту.

Розуміння і актуалізація вищезазначених проблем висуває необхідність формування корпоративної культури університету на передній план, коли вона має виступити не тільки об'єктом проектування, але і проектною основою для побудови освітнього простору, включаючи організацію освітнього процесу, виховної роботи, вибору

стратегій взаємодії викладачів зі студентами, форм, методів, технологій навчання і виховання. За таких обставин організаційна культура визначає роль і статус університету в культурно-освітньому просторі регіону [1].

Побудова цього освітнього простору університету, як будь-якої системної та ієрархічної організації, відбувається за звичайною схемою, коли система містить складові (підсистеми), де співробітники та студенти групуються відповідно до структури організації з їхньою основною функцією. У підсистемах зароджуються субкультури, несформульовані цінності, неформальні норми. На думку В. Давидова, всі види виховної роботи мають бути спрямовані на формування у молоді "корпоративного духу", високої лояльності до вузу, його досягнень і програм розвитку [4].

Дослідниця О. Мітчикіна вважає, що до всіх вищезазначених та проаналізованих моментів, при формуванні корпоративної культури університету не менш важливою видається його організаційна структура, яка "складається з трьох рівнів: соціального (географічне розташування, вигляд будівлі, символіка, зв'язки з громадськістю, імідж організації, якість послуг чи продукції, національні риси культури організації), організаційного (зовнішній вигляд робітників, обладнання приміщень, засоби роботи, організаційний клімат, комунікативні процеси, норми поведінки, місія та цілі організації) та особистісного (процедури прийому до організації та виходу з неї, система заохочень та санкцій, мотивація діяльності, колективістська ідентифікація, цінності)" [7, с. 245–246].

Університет є організацією, якій притаманні всі якісні характеристики універсальної організації, коли і персонал, і його студенти виступають як носії корпоративної культури даного закладу. Цей принцип виражається також в подвійності ролі організаційної культури всередині університету, тобто у знаннях та поведінкових нормах студента, який одночасно є і продуктом діяльності вищого навчального закладу, і носієм його організаційної культури. Потрібно зауважувати, що невтручання до процесу формування організаційної культури у студентів може негативно вплинути на роботу всього вищого навчального закладу, імідж його випускників, їхню подальшу професійну успішність.

Таким чином, відбувається дещо, що не має нічого спільного з "навчанням, освітою, вихованням і розвитком", як це розумілося в попередні часи, а в першу чергу – адаптація до нових умов соціалізації та нових умов ринку. Отже, корпоративна культура як чинник освітнього середовища може розглядатися як умова можливості існування, функціонування і професійно-особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу.

Саме опанування співробітниками і студентами корпоративної культури означає здатність діяти на свій розсуд, спираючись на усталені цінності та норми, спрямовувати свої зусилля на створення атмосфери формування сильної організаційної культури з інноваційним змістом. Крім того, "важливим елементом організаційної культури вищого навчального закладу є цінності наукової діяльності, і одним із способів підвищення лояльності студентів до організаційної культури свого закладу представляється включення їх у науково-дослідну діяльність" [7, с. 245–246].

Таким чином, основними ознаками корпоративної культури університету є досвід, особливе середовище спілкування і взаємодії людей в єдиному творчому і мотиваційному полі: всі працюють самостійно і в той же час разом. В ідеалі, спільна справа усвідомлюється як власна. Іншими словами, змістом формування організаційної культури виступає діяльність.

Ми вважаємо, що хоч процес актуалізації підприємницьких цінностей серед вищих навчальних закладів і нестримний, й вони мусять йти шляхом розвитку підприємницьких організацій, все ж таки класичні університети продовжують залишатися носіями і трансляторами класичних цінностей вищої освіти. Адже, як зазначив В. Таран, "Україна не відродиться з нікчемності, в яку зараз вона занурена, поки не дозріє громадська ідея її відновлення. І ця ідея стане критерієм "якості" всього, у тому числі й освіти" [9].

Список використаних джерел

1. Беляева М. И. Корпоративная культура вуза как ресурс организационного развития. // *Alma mater: Вестник высшей школы* – М.: Научный мир, 2011. – № 4. – С.45–48. 2. Бодрийяр Жан. Символический обмен и смерть / [Пер. с фр. С. Н. Зенкина]. – М.: Добросвет 2000. – 387 с. 3. Гусейнов А. А. В каком смысле мы можем говорить о кризисе образования? // *Наука и образование на пороге третьего тысячелетия: Коллективная монография* / [Науч. ред. Н. Г. Копылова, Е. Р. Губа]. – Минск: ООО "ЛТД", ЮЛИЙ, 2010 – С.123–150. 4. Давыдов В. Н. Корпоративная

культура как способ социального взаимодействия и воспитания в вузе. // *Образование и наука*. – Екатеринбург: ФГАОУ ВПО, 2008. – № 1 (49) 17. – С.19–45. 5. Евченко О. С. Корпоративный кодекс университета как инструмент управления качеством. // *Управление качеством образования в современной России*: Сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2008. – С.33–34. 6. Евченко О. С. Нравственное регулирование организационного поведения. // *Облики современной морали*. В связи с творчеством академика РАН А. А. Гусейнова: Материалы международной научной конференции МГУ имени М. В. Ломоносова (16–19 марта 2009 г.). – М.: МАКС Пресс, 2009. – С.213–214. 7. Мітчикіна О. О. Соціально-психологічні особливості організаційної культури закладу вищої освіти // *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. – № 1(30) 2013. – С.243–249. 8. Серкіс Ж. В. Про організаційну культуру закладу освіти. // *Практична психологія та соціальна робота*. – К.: НАПН України, 2002. – № 9–10. – С.4–9. 9. Таран В. О. Ідеологія перехідного суспільства: (соціально-філософський аналіз ідеологічного процесу в пострадянській Україні): Монографія. – Запоріжжя: ЗЮІ МВС України, 2000–316 с. 10. Утюж І. Г. Рынoк образовательных услуг и ценности образования (между WTO и Болонским процессом). // *Вища освіта України – Додаток 3, том II (19), 2010 р.* – Тематичний випуск "Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору" – С.137–146.

Надійшла до редколегії 06.09.13

Н. В. Горбенко

ЗНАЧЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА В УКРАИНЕ

В статье исследуется значение формирования корпоративной культуры в современном университете, как составляющей публичной морали – а именно, механизма координации интересов определенной общности (университета) и личности. Рассмотрены основные проблемы (внешнего и внутреннего характера), которые есть актуальными для украинского ВНЗ.

Ключевые слова: корпоративная культура, университет, философия образования.

N. V. Gorbenko

THE VALUE OF CORPORATE CULTURE FOR THE CONTEMPORARY UKRAINIAN UNIVERSITY

The article investigates the importance of corporate culture in the modern university as part of public morality – namely, a specific mechanism to coordinate the interests of community (university) and the individual. The main problems (external and internal nature) that have relevance for Ukrainian higher educational establishments.

Keywords: corporate culture, university, philosophy of education.

УДК 1(091)

В. І. Кебуладзе, д-р філос. наук, КНУТШ

ПОНЯТТЯ ДОСВІДУ У ТВОРАХ ГУСЕРЛЯ

У статті йдеться про поняття досвіду у Гусерлевій феноменологічній філософії. Автор показує, що критика психологізму та натуралізму є головним джерелом феноменологічної концепції досвіду. Насамперед взято до уваги інтенційність, темпоральність і інтерсуб'єктивність як трансцендентальні умови досвіду. У статті розглядається зв'язок між допредикативним досвідом і предикативним судженням. Автор також досліджує феноменологічну концепцію пасивної синтези на тлі внутрішньої свідомості часу. Життєсвіт представлено як одну з головних тем Гусерлевої феноменології.

Ключові слова: допредикативний досвід, досвід, життєсвіт, інтенційність, інтерсуб'єктивність, пасивна синтеза, предикативне судження, психологізм, темпоральність.

У цьому короткому огляді я спробую репрезентувати головні тексти представників феноменологічної філософії, у яких тематизується поняття досвіду та комплексних цій темі понять.

Насамперед вартує розглянути твори засновника феноменологічної філософії Едмунда Гусерля, у яких він так чи інак концептуалізує поняття досвіду та пов'язані з ним поняття. Про досвід Гусерлю йдеться ще в ранньому творі "Філософія арифметики". Утім наш огляд ми почнемо з твору, вихід друкком якого традиційно вважають датою народження феноменологічної філософії. Я маю на увазі двотомну працю Едмунда Гусерля "Логічні дослідження". Саме в цьому творі ми віднаходимо витoki всієї феноменологічної філософії і зокрема феноменологічної концепції досвіду, на чому ми й зосередимося в подальшому викладі.

І том "Логічних досліджень", у якому вміщено першу частину цього твору під назвою "Пролегомени до чистої логіки", виходить друком 1900 року. З невеличкими змінами цей том перевидається 1913 року. На це видання спирається Елмар Голенштайн, коли 1975 року видає I том "Логічних досліджень" у XVIII томі "Гусерліани" [13]. Саме на це видання цього твору ми й покликатимемося в нашому дослідженні.

II том "Логічних досліджень", що містить другу частину "Дослідження з феноменології та теорії пізнання" вперше опубліковано 1901 року. 1913 року Гусерль перевидає у новій редакції перші п'ять досліджень другого тому, а 1921 перероблене шосте дослідження як II частину II тому під назвою "Елементи феноменологічного прояснення пізнання". За життя Гусерля II том "Логічних досліджень" зазнає ще два перевидання – 1922 і 1928 року. В "Гусерліани" II том "Логічних досліджень" виходить 1984 року за редакцією Урсули Панцер у двох півтомах: у XIX/1 – 1 частина (перші п'ять досліджень) [14]; у XIX/2 – 2 частина (шосте дослідження) [15]. На це видання ми й спиратимемося в подальшому викладі.

I том "Логічних досліджень" майже повністю присвячено критиці психологізму в логіці. Головне завдання, яке стоїть тут перед Гусерлем, – це показати незалежність логіки від психології і в такий спосіб обґрунтувати чисто теоретичну логічну науку. Він відтворює дискусію психологістів і антипсихологістів того часу, вказуючи на помилковість обох позицій, яка вкорінена в тлумаченні логіки як нормативної науки. Натомість логіка є чистою теоретичною наукою. Гусерль розглядає емпіричні наслідки й передсуду психологізму, а також визначає психологізм як скептичний релятивізм, що унеможлиблює