

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:  
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

*Збірник наукових праць*

Засновник і видавець:  
Класичний приватний університет

Виходить 4 рази на рік

Засновано у 1998 році

**ВИПУСК 75**

Запоріжжя  
Класичний приватний університет  
2017

УДК 316.42(043)  
ББК 60.5  
С 54

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 15340-3912Р від 22 червня 2009 р.

Редакційна колегія: **Бех В. П.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Бондаренко О. В.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Волович В. І.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Воронкова В. Г.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Євтух В. Б.**, д. і. н., проф., член-кор. НАНУ, заслужений діяч науки і техніки України (Київ); **Жоль К. К.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Зоська Я. В.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Катаєв С. Л.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Коваль І. М.**, д. політ. н., проф. (Одеса); **Куценко О. Д.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Лісеєнко О. В.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Лобанова А. С.**, д. соц. н., проф. (Кривий Ріг); **Марчук М. Г.**, д. філос. н., проф. (Чернівці); **Мартинюк І. О.**, д. соц. н., с. н. с. (Київ), **Огаренко В. М.**, д. н. держ. упр., проф. (Запоріжжя); **Огаренко Т. О.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Онищук В. М.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Победа Н. О.**, д. філос. н., проф. (Одеса); **Подшивалкіна В. І.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Полтораєв В. А.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Романенко Ю. В.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Сіднев Л. М.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Соболева Н. І.**, д. соц. н., с. н. с. (Київ), **Судаков В. І.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Таран В. О.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Хижняк Л. М.**, д. соц. н., проф. (Харків); **Цимбалюк Н. М.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Шавкун І. Г.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Шапошнікова І. В.**, д. соц. н., проф. (Херсон), **Шуст Н. Б.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Щербина В. В.**, д. соц. н., доц. (Запоріжжя); **Щербина В. М.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Яковенко Ю. І.**, д. соц. н., проф. (Київ).

Іноземні члени редколегії: **Гіза Т.** (Республіка Польща); **Длугош П.** (Республіка Польща); **Солецкі С.** (Республіка Польща).

Голова редакційної ради: **Покатаєва О. В.** д. е. н., д. ю. н., проф.

Головний редактор: **Зоська Я. В.**, д. соц. н., проф.

Заступники: **Катаєв С. Л.**, д. соц. н., проф., **Белькова С. В.**, к. н. соц. ком., доц.

Ухвалено до друку вченою радою  
Класичного приватного університету  
протокол № 1 від 30 серпня 2017 р.

Збірник наукових праць входить до переліку наукових фахових видань України, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт за напрямом «Соціологія», згідно з наказом МОН України від 21 грудня 2015 р. № 1328.

- Збірник наукових праць виходить 4 рази на рік.
- Робочі мови збірника: українська, російська, англійська.
- Редакція матеріали не повертає. Статті до друку підписують за рекомендацією вченої ради Класичного приватного університету.
- Редакція приймає матеріали від авторів у роздрукованому вигляді з обов'язковим електронним варіантом у форматі rtf.
- Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів.
- При використанні матеріалів збірника посилання на «Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики» обов'язкове.
- Кожна наукова стаття, направлена до збірника, повинна мати такі елементи: назва рубрики, УДК, анотації англійською (2000 знаків), українською (500 знаків) та російською (500 знаків) та ключові слова (3–10 слів) українською, російською та англійською мовами, постановка проблеми в загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими й практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких покладено початок вирішенню цієї проблеми й на які орієнтується автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячена стаття; формулювання мети статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження й перспективи подальших розробок у цьому напрямі, Список використаної літератури за алфавітом, підпис автора і дата.
- Паперовий варіант, підписаний автором, ідентичний набраному в електронному варіанті, завірена рецензія доктора наук відповідного профілю (крім випадків, коли автор сам має науковий ступінь доктора наук), довідка про автора на окремому аркуші (прізвище, ім'я, по батькові повністю, відповідно до паспортних даних, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, адреса, телефони з кодом міста, e-mail) передаються відповідальному редакторові або надсилаються за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, КПУ, а. 312.
- Реквізити для оплати публікації будуть надіслані авторові на електронну пошту після схвалення рукопису редколегією.

*Міністерство освіти і науки України  
САУ Дніпропетровське відділення  
Сілезька політехніка (Польща)  
Кафедра прикладних суспільних наук (м. Забже, Польща)  
Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара  
Класичний приватний університет (м. Запоріжжя)  
Криворізький державний педагогічний університет  
Кафедра соціології та економіки (м. Кривий Ріг)*



**III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО І ПРИРОДА:  
ВЕКТОРИ ВЗАЄМОВПЛИВУ»**

15 вересня 2017 р.

м. Кривий Ріг

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

<i>Р. І. Амірова, Ю. В. Візниця</i> СОЦІОЛОГІЯ ПРАВА: ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ .. 7	7
<i>С. П. Барматова</i> КОНВЕРГЕНТНОСТЬ МЕДИАПРОСТРАНСТВА: ЗАКОНОМЕРНОСТЬ ИЛИ ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ..... 13	13
<i>Н. М. Гордієнко</i> ЯВНІ ТА ЛАТЕНТНІ ФУНКЦІЇ ШКОЛИ-ІНТЕРНАТУ ЯК ВІДКРИТОЇ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ Е. ГІДДЕНСА..... 18	18
<i>Л. В. Калашнікова</i> ОСОБИСТІТЬ ЯК СУБ'ЄКТ І ОБ'ЄКТ БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ ..... 26	26
<i>В. М. Северинюк</i> СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА ..... 35	35

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

<i>Н. Ю. Бутковська</i> ЕТНІЧНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ РЕСУРС ..... 44	44
<i>Н. Ф. Власова</i> ФУНКЦІЇ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ..... 53	53
<i>І. В. Грабовець</i> ТУРИСТИЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФОРМА СПРИЙНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ОСОБИСТІТЬЮ ..... 61	61
<i>А. Г. Жердецька</i> ОСНОВНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА ..... 68	68
<i>А. Кохманьска</i> ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА: ТИПОЛОГІЯ ТА ПРИКЛАДИ СТЕРЕОТИПНИХ ПІДХОДІВ ДО ЇЇ ПОЯСНЕННЯ..... 74	74
<i>Д. А. Матюхін</i> СТИЛЬ ЖИТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ..... 81	81
<i>Я. Руг</i> КУЛЬТУРНІ ЗУМОВЛЕНОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: НА ПРИКЛАДІ ПЛАТФОРМИ LOTOS RETROBALTIC..... 88	88
<i>І. Sobieraj</i> EVALUATION IN PUBLIC MANAGEMENT IN POLAND..... 96	96
<i>А. А. Согорін</i> МІФ І СУЧАСНА РЕКЛАМА ..... 104	104

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Л. Є. Братченко, Л. С. Черноус</i> БЕЗРОБІТТЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ.....	111
<i>І. Ф. Іванова</i> РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА.....	118
<i>О. О. Комарова, О. С. Славіна</i> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЗАХИЩЕНІСТЬ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ.....	127
<i>Е. В. Лисеєнко</i> ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ... 135	
<i>А. С. Лобанова, А. Кузёр</i> МІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ ЯК ВИКЛИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ПРОБЛЕМАМ.....	146
<i>В. О. Чорна</i> СТАН ТРУДОМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ ТА ПРИЧИНИ ЇХ АКТИВІЗАЦІЇ НА ТЛІ ІСНУЮЧОГО ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ .....	155
<b>СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ</b>	
<i>В. В. Александрова</i> ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ.....	164
<i>Т. О. Oharenko, Y. V. Zoska, A. A. Bessarab</i> SOCIOLOGICAL ACTIVITY IN THE FORMATION OF INFORMATION AND MEDIA CULTURE (AT EXAMPLE OF CLASSICAL PRIVATE UNIVERSITY).....	170
<i>А. В. Каркач</i> ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ СПОЖИВАННЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО (ЛІТНЬОГО) ВІКУ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ).....	179
<i>К. Ю. Шестакова</i> ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ГАЛУЗІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ (НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ МІСТА СЛУПСЬК, ПОЛЬЩА)... 188	
<b>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....</b>	<b>196</b>

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 340.12

Р. І. АМІРОВА, Ю. В. ВІЗНИЦЯ

### СОЦІОЛОГІЯ ПРАВА: ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ

*У статті здійснено спробу наблизитися до розуміння змісту та меж предмета соціології права шляхом вирішення низки завдань: порівняння та аналіз існуючих підходів до розуміння сенсу соціології права, розкриття особливостей соціологічного підходу до дослідження правової сфери, зокрема через зіставлення з підходами, притаманними філософії права, нормативним та іншим підходам.*

**Ключові слова:** соціологія права, предмет соціології права, філософія права, нормативний підхід, соціологічний підхід.

Інституціалізація відносно нових наукових дисциплін, до яких належить і соціологія права, завжди супроводжується дискусіями щодо їх наукової належності та дисциплінарного статусу. Подібні суперечки сприяють уточненню позицій суміжних наук, конкретизації їх уявлень про предмет і метод нової дисципліни, більш осмисленому й цілеспрямованому розвитку співробітництва між окремими науками, поглибленню процесу наукового пізнання загалом, що й зумовлює актуальність визначення предметного поля соціології права.

**Метою статті** є спроба наблизитись до розуміння меж та змісту предмета соціології права шляхом вирішення таких завдань: порівняння та аналіз існуючих підходів до розуміння сенсу соціології права, розкриття особливостей соціологічного підходу до дослідження правової сфери, зокрема через зіставлення з підходами, притаманними філософії права, нормативним та іншими підходами.

За останні роки серед фахівців, які працюють у галузі соціології права, окреслилося декілька різних підходів до тлумачення місця цієї наукової дисципліни в системі суспільствознавства. Питання про природу соціології права та її місця в системі знань про суспільство не набуло однозначної відповіді. Юристи (С. В. Боботов, Ю. В. Гревцов, В. П. Казимирчук, Д. А. Керимов, В. Н. Кудрявцев, А. Х. Саїдов, В. М. Сирих, В. А. Тулубов, Л. С. Явич) вважають соціологію права юридичною дисципліною, соціологи (В. В. Варчук, В. Н. Глазиріна, Е. В. Маслова, О. І. Некрасов, Е. В. Тадевосян) – галузеву соціологічною теорією. Є думка про співіснування двох соціологій права – юридичного [5, с. 54] та соціологічного аналізу [2, с. 27].

Відстоюючи свою позицію, прибічники юридичного статусу соціології права вказують на низку обставин, серед яких: традиції вітчизняної науки, згідно з якими ще за радянських часів допускалось використання даних емпіричної соціології в юриспруденції за відсутності самостійного правового напрямку саме в соціології, наприклад, соціології девіантної поведінки [7, с. 31]. По-друге, запит на соціологічні дослідження йшов зазвичай від правознавців. Крім того, має вплив переконання про необхідність добре знати догматику права, юридичну техніку правозастосування, законодавства для плідного аналізу [2, с. 27].

Соціологи ж небезпідставно вказують на досвід західної соціології, у межах якої дисциплінарна належність соціології права не викликає сумнівів. У 1962 р. на V Міжнародному соціологічному конгресі група юристів і соціологів винесла на обговорення проблему «Зміст і метод соціології права». У результаті дискусії сформульовано висновок, що сучасний інтелектуальний клімат, розвиток соціологічної теорії, а також методології суспільних наук визначили необхідність інституціоналізації соціології права як науки. Цю пропозицію конгрес схвалив, і було створено Дослідний комітет соціології права, що діє в межах Міжнародної соціологічної асоціації. Соціологи вказують на відмінності методологічних основ соціології та юриспруденції. Право як соціальний процес, правові відносини як певна форма суспільних відносин відбуваються не самі по собі, а лише через соціальні дії індивідів. Аналіз соціальних функцій неможливий без знання закономірностей соціальної поведінки.

На пострадянському просторі, на відміну від досвіду розвитку суспільних наук на Заході, на практиці центр ваги досліджень у галузі соціології права зміщено в бік правознавства. Одним з пояснень такої ситуації може слугувати та обставина, що на етапі відродження соціології в період демократизації суспільства на рубежі 80–90-х рр. соціологам було просто не до соціології права, і цей напрям підхопили юристи. Ще одна група факторів пов'язана з недостатнім розвитком громадянського суспільства, його інститутів та інкорпорацією правознавства й більшості вчених-правознавців до державних інституцій. Сьогодні більшість соціологів, які досліджують різноманітну проблематику в галузі соціології права, працюють у юридичних або відомчих освітніх чи наукових закладах, на цій базі видають наукові праці й підручники, проводять конференції та семінари, що також накладає свій відбиток на специфіку інституціоналізації соціології права в Україні.

Процес генезису соціології права в Україні має тривалу історію. У соціології права реалізовувалися, передусім, теоретико-методологічні концепції українського соціолога Б. Кістяківського. У своїй праці «Соціальні науки і право» (1916 р.) він показував, що право за своєю природою є цариною ціннісного. Водночас воно належить і до сфери соціальних відносин, оскільки по суті норми встановлюють компроміс між різними вимо-



гами, груповими інтересами, соціальними силами. Отже, предмет потребує різних методів дослідження. Серед них Б. Кістяківський виокремив соціологічний – причинно-обумовлений, пов'язаний з наявними соціальними відносинами, структурою певного суспільства, законами його розвитку, та психологічний – пов'язаний з імперативно-атрибутивною природою правових переживань, або правосвідомістю. Правомірні також, на думку Б. Кістяківського, догматичний (юридичний) і нормативний (телеологічний) підходи. Варто зазначити, що ідеї Б. Кістяківського вже тоді перебували в руслі європейської суспільствознавчої думки [3].

Один із засновників соціології права як наукового напрямку, австрійський юрист Є. Ерліх у праці «Основоположення соціології права» протиставляв «книжне» право праву «в житті». Юристи, працюючи в галузі соціології права, досліджують правову систему «зсередини». Для соціологів, на відміну від юристів, соціологія права – засіб пошуку в напрямі від соціального (ширшого) – до правового (вужчого), а від нього – до більш уточненого знання про суспільство як таке.

Соціологічний підхід до розуміння права стає яснішим при порівнянні з філософським та нормативним підходами. Філософський підхід до розуміння права знаходить свій вираз в ідеалах суспільства: справедливості, свободи, гуманізму, рівності, толерантності тощо. Відповідно до цього підходу будь-яка норма права одержує оцінку з погляду ідеалу, тобто визначається, чи є вона справедливою чи ні, розширює чи звужує свободу, гуманна чи негуманна, забезпечує чи заперечує фактичну рівність. Ідеали – орієнтири в діяльності людей. Самі по собі вони не містять вирішення конкретних проблем, а лише вказують на припустиме чи неприпустиме у їх вирішенні. Філософське розуміння права потрібно відокремлювати від його моральної оцінки: якщо перше впливає з вічних ідеалів людства, друге – з норм поведінки, що є змінними від епохи до епохи; перше вказує на можливе й бажане в діяльності людей, друге – необхідне в їх поведінці. Філософський підхід до розуміння права – це його розуміння як природного регулятора суспільних відносин, як монументального досвіду тисячоліть.

Нормативний підхід до розуміння права засновано на категорії норми, правила поведінки. Норма – це ефективний інструмент управління суспільством, вона завжди конкретна та операціональна. Завдяки дотриманню норм права, суспільство може зберегти стабільність і здатність до розвитку. Цими рисами норми права на краще відмінні від ідеалу. Водночас переваги цього підходу мають продовження в його недоліках. Нормотворення – продукт політики кіл, що домінують у суспільстві. Крім того, система норм завжди включає в себе нереалізовані норми права або проблеми права.

Соціологічний підхід до розуміння права заснований на категорії «соціальні відносини». Саме вони є джерелом прав у соціологічному сенсі, а не зміст документів діючого права. У судженнях професійних юристів

соціологічний підхід засновано на понятті правовідносин. Це видається не вельми точним. Коли соціальні відносини вже відрегульовано законодавцем, вони являють собою або примус влади, або компроміс держави й суспільства. Звісно, і ці варіанти потребують вивчення, але найбільшу енергію сконцентровано в суспільних відносинах, які ще не відрегульовано законодавцем, тому такі відносини найбільшою мірою розкривають соціологічний підхід до вивчення права. Є. Ерліх наголошував, що «в жодні часи все право цілком не міститься в текстах законів», а В. С. Нерсисянц із цього приводу зауважував, що «право формується суспільством, усією сукупністю суспільних відносин, а не винаходиться законодавцем... Правоутворення – це процес фактичного складання й визнання суспільством тих чи інших суспільних відносин і взаємовідносин як “нормальних” і “вірних”» [6, с. 79].

**Висновки.** Як для правової теорії, так і для юридичної практики, що розробляється й реалізовується протягом історично вагомого відрізка часу всім корпусом правників, стає важливим і продуктивним науковий погляд «ззовні», який може бути здійсненим, зокрема, соціологами. Право, з одного боку, закріплює, фіксує норми, що вже живуть і діють у суспільстві, а з іншого – вводить, утверджує нові, утворюючи й захищаючи, спираючись на державний примус, систему норм, що співзвучна певному ідеалу. Для аналізу реального стану справ актуальним залишається хрестоматійний заклик О. Конта про необхідність у фокус дослідження замість «повинного» поставити «дійсне». Як зазначав Ж. Карбоньє, «якщо для юридичного догматика право – це бог, то соціолог вважає за потрібне керуватися... атеїзмом» [4, с. 36]. «Соціологам властиво скептично оцінювати дієвість права й норм у досягненні соціальних цілей без підтримки з боку соціальної організації» [1, с. 226].

Організованість, стандартизованість і узгодженість правових відносин як важливої форми суспільних відносин, що орієнтовані на задоволення соціально значущих проблем, дають повне право розглядати правові відносини як підґрунтя існування інституту права. У зв'язку із цим переконливими виглядають спроби окреслення предметного поля соціології права такими сферами дослідження: по-перше, це вивчення функціонування юридичних інституцій; по-друге, вивчення розвитку правопорядку в приватних секторах суспільства; по-третє, дослідження впливів права на поведінку; по-четверте, вивчення права як нормативної системи, що визначає основні суспільні інститути та сприяє їх узгодженню один з одним [1, с. 222].

Соціологи сподіваються, що рано чи пізно соціологія права зробить свій вагомий внесок, висвітливши структуру інститутів сучасного суспільства, що забезпечують пов'язаність організованого соціального життя. Інститути політичної влади, власності, угоди, інкорпорації й шлюбу забезпечують засоби встановлення цілеспрямованих і обов'язкових відносин між людьми. Ці інститути визначає та регулює право. Завдання соціології пра-

ва – встановити, яким чином юридичні органи й приватні групи використовують право для формування та регулювання поведінки через створення соціальних інститутів.

#### Список використаної літератури

1. Американская социология. Проблемы, перспективы, методы. Москва, 1972. 496 с.
2. Бирюков С. В. О научном статусе и предмете социологии права. *Вестник Омского университета. Серия «Право»*. 2015. № 2 (43). С. 116–122.
3. Давыдов Ю. Н. Вебер и Кистяковский. Опыт микроанализа. *Кистяковский Б. А. Философия и социология права*. Санкт-Петербург, 1998. С. 713–736.
4. Карбонье Ж. Юридическая социология. Москва, 1986. 351 с.
5. Лапаева В. А. Социология как юридическая дисциплина? *Социологические исследования*. 1999. № 7.
6. Нерсесянц В. С. Философия права. Москва, 1997. 652 с.
7. Право и социология / под ред. Ю. А. Тихомирова, В. П. Казимирчук. Москва, 1973. 297 с.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2017.

---

#### **Амирова Р. И., Визница Ю. В. Социология права: проблемы определения предметного поля**

*В статье предпринята попытка приблизиться к пониманию границ и содержания предмета социологии права посредством решения ряда задач, таких как: сравнение и анализ существующих подходов к пониманию смысла социологии права, освещение особенностей социологического подхода к исследованию правовой тематики, в том числе в сопоставлении с подходами, присущими философии права, нормативным и другим подходам.*

**Ключевые слова:** социология права, предмет социологии права, философия права, нормативистский подход, социологический подход.

#### **Amirova R., Viznytsia Y. Sociology of Law: the Problems of Definition of the Field of Subject**

*This study was aimed on trial understanding the boundaries and content of the subject of sociology through the completing of several tasks: comparison and analysis of existing approaches in understanding of sociology of law; disclosure of particularities of sociology approach regarding sphere of law including comparison with approaches which are peculiar to philosophy of law, also collation with regulations and other approaches.*

*Over the past years several different approaches to the interpretation of the place of sociology of law as scientific discipline in system of social science appeared among investigators who are working in this field.*

*The question of the nature and origin of sociology of law and its place in the knowledge system of society does not have the clear answer yet. Lawyers consider the sociology of law as a legal discipline, sociologists define sociology of law as a branch of the theory of sociology. There is an opinion about the coexistence of two sociology of law – both legal and sociological. Sociologists point out the experience of Western sociology, where disciplinary affiliation of sociology of law does not have any doubts. In 1962 during the V Congress of the International Sociology the group of lawyers and sociologists put on a congress debate the issue of «Content and method of sociology of law.»As a result of the discussion, the following conclusion was formulated: current intellectual climate, the development of sociological theory and methodology of social science identifies the need to institutionalize sociology of law as a science. This proposal was adopted and Research Committee of Sociology of Law was created, which is working according to the framework of the International Sociological Asso-*

*ciation. Sociologists point out differences between methodological bases of sociology and law. Law as a social process, the legal relationship as a form of social relations do not occur by themselves, but only through social activities of individuals. Analysis of social functions is not possible without knowledge of the regularity and terms of social process.*

*In the post-Soviet space, as opposed to the experience of social sciences in West, in practice, the emphasis of research in the sociology of law is shifted toward the law. One explanation for this situation could be the fact that at the stage of the revival of sociology during the democratization of society in the late 80's – 90's sociologists did not put enough effort to sociology of law and this subject was picked up by lawyers. Another group of factors associated with the development of civil society and its institutions and the incorporation of jurisprudence and the vast majority of jurists+scientists in government institutions. Today, most sociologists who study sociology of law, are operating in the legal or institutional, educational or research institutions and on this basis scientific papers and books are published as well as conferences and seminars are held. All factors listed below have an impact too.*

*The attempts of following areas of study look convincingly to outline the subject field of sociology of law: first, a study of the functioning of legal institutions; secondly, the study of law and order in the private sectors of society; a third, research of influences of law to behavior and, in the end, the study of law as a regulatory system that defines the main public institutions and helps align the specifics of institutionalization of sociology of law in Ukraine.*

**Key words:** *sociology of law, the subject of sociology of law, philosophy of law, normative approach, sociological approach.*

УДК 316.774

С. П. БАРМАТОВА

## КОНВЕРГЕНТНОСТЬ МЕДИАПРОСТРАНСТВА: ЗАКОНОМЕРНОСТЬ ИЛИ ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

*В статье исследована проблема взаимодействия и взаимовлияния человека и информации в процессе развития информационного общества. В частности, обоснована научная позиция, согласно которой в условиях дальнейшего развития информационного общества видоизменения информационного (медиа) пространства порождают не только новые возможности медиа, но и формируют целый ряд новых социальных вызовов и рисков. Актуализирована проблема развития научной рефлексии, объектом которой выступает процесс конвергентизации медиaproстранства современного общества и развития конвергентных медиа. Изложена идея относительно необходимости развития комплексных междотраслевых научных исследований процесса конвергентизации медиaproстранства и конвергентных медиа и социальных последствий их развития.*

**Ключевые слова:** человек, информационное общество, конвергентность, информация, риски, вызовы, медиaproстранство.

Информационное общество – социологическая и футурологическая концепция, полагающая главным фактором общественного развития производство и использование научно-технической и другой информации. Обращение исследователей к феномену информационного общества долгое время было сосредоточено почти исключительно на его технико-информационных характеристиках: возрастание роли знаний, образования, интеллектуального капитала, развитие информационной экономики и телекоммуникационных систем, массмедиа, Интернет, позволяющих реализовывать человеческое взаимодействие в диалоговом, интерактивном режиме.

Формирующийся информационный способ развития такого общества делает ключевым источником производительности технологию производства знания, обработки информации и символической коммуникации.

В данной статье объектом внимания является еще одна характеристика информационной эпохи и информационного общества – процесс конвергентности медиaproстранства и появления медиа «нового типа» – конвергентных медиа.

Медиaproстранство (глобальное медиaproстранство или информационно-коммуникативное пространство – терминов достаточно, ученые используют их, согласно своим задачам и научным планам) уже давно стало самодостаточным, самоорганизующимся социальным пространством со своей логикой – сетевой, потоковой, ризомной; диктующим эту логику и всему остальному пространству, или «вписывающимся» данной логикой в

те изменения, которые происходят со всей социальной структурой и социальным пространством общества (по версии того же М. Кастельса [1]). Более того, происходит определенный процесс «самонастройки» медиасферы, медиапространства, во время которого это пространство, эта сфера еще только начинает проявлять свои возможности, создавать условия, при которых, например, каждый участник (субъект) данного пространства может стать организатором своего канала или узла информации и коммуникации, стать «организатором смыслов», мини-комьюнити (примеров тому – уже множество, тот же дневник в «ЖЖ»). Именно поэтому закономерным и даже ожидаемым этапом этой самонастройки стал процесс конвергенции медиапространства и появление конвергентных медиа.

Конвергенция (от лат. *convergere* – приближаться, сходиться) означает «схождение», «сближение», что в контексте медийных реформ обеспечивает разным типам СМИ новое взаимодействие с учетом их организационно-структурного сближения или полного слияния, формирование новых управленческих методик для оперативного создания оригинального информационного продукта с целью его размещения в разных медийных средах, захвата внимания потенциальной аудитории. В теории массмедиа «конвергенция» обозначает появление нового качества в результате развития и интеграции технологий распространения СМИ, диагонального объединения медиакомпаний [цит. по: 2, с. 356].

Конвергенция медиапространства и ее последствия еще только становятся объектом активных научных дискуссий, но уже можно говорить о формировании противоположных оценок этих последствий исследователями.

Так, например, С. Л. Уразова отмечает, что «...идушие в медийной сфере преобразования закономерны, они обусловлены построением информационного общества, в условиях которого информация, массовые контент- и сервис-услуги превращаются в товарный продукт, что предопределяет стратегическую и тактическую направленность функционирования не только масс-медиа, но и мирового общественного развития на новом цивилизационном витке» [3, с. 288]. Финальным «продуктом» процесса конвергенции медиа должно стать формирование 360-градусного ньюсрума – органично работающей медийной структуры, представляющей в виде целостной системы, ориентированной на оперативное создание мультимедийного продукта, его распространение, имеющей свою философию, концепцию развития, оригинальную бизнес-модель, где учтены все векторы основных процессов; обладающей признанной репутацией, постоянной аудиторией.

Базисом эволюционных преобразований медийных структур является журналист как создатель мультимедийного продукта, прежде всего, его личность, чьи индивидуально-интеллектуальные особенности вкупе с ди-

вергентным мышлением и в сочетании с профессиональными навыками изначально ориентированы на рост креативного потенциала.

Автор статьи делает следующее заключение: «...цифровая среда не оказывает воздействия на сущность журналистики как социального института, не изменяются и ее основные функции, креативная природа журналистской деятельности. Однако при этом реформируются подходы к созданию мультимедийного продукта, основанного на «мультивариативности», многообразии свойств языка СМИ, что превращает творчество в конвейерный тип производства, где на первое место выходят нелинейные процессы ускорения и обновления информационных потоков, также подверженных конвергенции, интеграции, синергетическому воздействию» [3, с. 293].

Анализ процесс конвергенции медиaprостранства с положительной оценкой ее последствий представлен также в работах, например, Дж. Хартли, Т. В. Пискуна, А. А. Калмикова, А. Фагерйорд и Т. Сторсул [4].

Но такие исследователи, как Г. Г. Почепцов и И. М. Дзялошинский, оценивая последствия происходящих в медиaprостранстве процессов, в том числе и конвергенции, обращают внимание, в первую очередь, на формирующиеся и реализующиеся риски и вызовы. К таким вызовам можно отнести, например, возникновение феномена «множественных правд», совершенно изменяющего традиционную логику функционирования медиасреды или пространства, реализующуюся доселе [5; 6]. К таким вызовам можно отнести и изменения, происходящие в лингвистике, например, стремительные изменения в самом языке, рост скорости языковой ассимиляции в разы при тенденции к, скорее, не упрощению языковой структуры, но адаптации ее под структурные параметры медиасферы, медиaprостранства.

По мнению ученых, человек окончательно «попал в плен» к информации. Его взаимоотношения с информационной глобальностью мира зачастую напоминают усилия ребенка, случайно выпустившего из лампы злого джина, которой теперь совсем не собирается возвращаться обратно. Мало того, что индивид уже практически лишен возможности разобраться в истинности информации, тонет в гипертексте, еще и информационная глобальность уже «навязала» обществу новое стратификационное «измерение» индивида, – «информационную компетентность», которая стала основой на разделение индивидов на «человека глобального» и «человека локального», основой нового варианта социального неравенства.

Именно поэтому усилия ученых, активно разрабатывающих в рамках коммуникативистики и других смежных с нею наук, занимающихся изучением коммуникации, такие новые ниши, как медиаэкология, в первую очередь, направлены на анализ самой медиасферы, медиaprостранства, глобального информационно-коммуникативного пространства, и тех рисков, которые общество испытывает от их функционирования. Множественный

характер этих рисков, к которым, например, И. М. Дзялошинский отнес: информационный потоп; ограничение доступа к информации; медиакратию; информационное неравенство; социальный инжиниринг; разрушение традиционной культуры; киберпреступность [6] указывают на то, что на данный момент времени ни на законодательном уровне, ни на уровне научной концептуализации еще не сформированы механизмы предотвращения этих рисков. Процесс развития конвергентных медиа непосредственно не отмечен ученым среди перечисленных рисков, но это, в большей степени, связано с тем, что данный процесс не был непосредственным объектом изучения в указанной работе И. М. Дзялошинского, и не означает, что он такие риски не формирует.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что научная рефлексия по поводу процесса конвергенции медиапространства еще только формируется, процесс управления медиапространством (тем более глобальным информационным пространством) находится в состоянии относительной регуляции, и конвергенция медиапространства как – в определенной степени – новая форма такого управления, требует серьезных комплексных, межотраслевых научных исследований.

#### Список использованной литературы

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ.; под науч. ред. О. И. Шкаратана. Москва, 2000. 608 с.
2. Основы медиабизнеса : учеб. пособие / под ред. Е. Л. Варгановой. Москва, 2009. 360 с.
3. Уразова С. Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2011. № 5-1. С. 287–293.
4. Hartley J., Montgomery M., Brennan M. Communication, cultural and media studies: the key concepts. 4th ed. Oxon, 2011. P. 276; Пискун Т. В. Медиапространство как особая социальная структура: к методологии вопроса. *Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки*. – 2010. – Т. 15. – № 14. – С. 101–106; Fagerjord A., Storsul T. Questioning convergence [on-line]. *Ambivalence to wards convergence: digitalization and mediachange*. Göteborg, 2007. P. 19–31. Калмыков А. А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. *Вестник электронных и печатных СМИ*. 2011. № 16. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231>.
5. Почепцов Г. Г. Смысловые войны сегодняшнего дня или ментальные трансформации массового сознания/ URL: <https://www.academia.edu/>
6. Дзялошинский И. М. Лекции 3–4. Экология медиапространства. URL: [http://socinfo.my1.ru/index/kruglyj\\_stol\\_2015\\_lekcija\\_3\\_4/0-51/](http://socinfo.my1.ru/index/kruglyj_stol_2015_lekcija_3_4/0-51/)

Стаття надійшла до редакції 17.07.2017.

---

#### **Барматова С. П. Конвергентність медіапростору: закономірність чи формування нових соціальних викликів**

*У статті досліджено проблему взаємодії та взаємовпливу людини й інформації в процесі розвитку інформаційного суспільства. Зокрема, обґрунтовано наукову позицію, згідно з якою в умовах подальшого розвитку інформаційного суспільства видозміни інформаційного (медіа) простору породжують не лише нові можливості медіа, а й*



формують низку нових соціальних викликів і ризиків. Актуалізовано проблему розвитку наукової рефлексії, об'єктом якої виступає процес конвергентизації медіапростору сучасного суспільства й розвитку конвергентних медіа. Викладено ідею щодо необхідності розвитку комплексних міжгалузевих наукових досліджень процесу конвергентизації медіапростору й конвергентних медіа та соціальних наслідків їх розвитку.

**Ключові слова:** людина, інформаційне суспільство, конвергентність, інформація, ризики, виклики, медіапростір.

### **Barmatova S. Convergence of Space Medias: Conformity to Law or Forming of New Social Calls**

*In the article the problem of co-operation of man and information is investigational in the process of development of informative society. In particular, scientific position in obedience to that in the conditions of further development of informative society of modification of informative (medias) space generate not only new possibilities of medias is reasonable but also form a number of new social calls and risks. The problem of development of scientific reflection the process of convergence of space medias of modern society and of development convergence comes forward the object of that actual.*

*Determination of convergence, that means that in the context of media reforms provides to the different types of mass-media new co-operation taking into account their organizationally-structural rapprochement or complete confluence, is presented in the article, forming of new administrative methodologies for operative creation of original informative product with the purpose of his placing in different media environments, capture of attention of potential audience. In the theory of mass-media «convergence» designates appearance of new quality as a result of development and integration of technologies of distribution of mass-media, diagonal association.*

*In the article positions are analysed of different authors, studying the process of convergence of space medias, a difference is marked in the estimation of both process and those social calls and risks that is formed them.*

*An idea is conducted on the necessity of development of complex inter-branch scientific researches of process of convergence of medias of space and convergence medias and social consequences of their development.*

*Conclusion presented in the article: scientific reflection concerning the process of convergence of space medias yet formed only, a process of management of medias space (moreover – by global informative space) is in a state of the relative adjusting, and convergence of space medias as – up to a point is a new form of such management, requires serious complex, inter-branch scientific researches.*

**Key words:** informative society, convergence, information, calls, space medias.

УДК 316.334:37

Н. М. ГОРДІЄНКО

## ЯВНІ ТА ЛАТЕНТНІ ФУНКЦІЇ ШКОЛИ-ІНТЕРНАТУ ЯК ВІДКРИТОЇ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ Е. ГІДДЕНСА

*У статті проаналізовано явні та латентні функції інтернатних навчальних закладів у контексті теорії Е. Гідденса й пріоритетів інноваційного розвитку школи-інтернату як відкритої соціально-освітньої системи. Запропоновані Е. Гідденсом функції школи як соціального інституту уточнено з урахуванням специфіки інтернатних закладів і доповнено функціями підготовки вихованців до життя в соціумі, їх соціального захисту й корекційно-реабілітаційного супроводу (явні функції), формування конформізму, патерналізму, відтворення маргінальної ментальності та невротизації учнів (латентні функції). Визначено пріоритетні вектори інтеграції освітнього й соціального простору в межах процесу становлення та інноваційного розвитку шкіл-інтернатів як відкритих соціально-освітніх систем.*

**Ключові слова:** *школи-інтернати, функції освіти, явні функції, латентні функції, соціальна диференціація, школа як відкрита система.*

Серед напрямів очікуваного реформування загальної середньої освіти одним із найбільш складних і відповідальних є модернізація роботи інтернатних навчальних закладів, які часто є об'єктом критики з боку ЗМІ, представників влади й громадських активістів. Суть цих звинувачень зводиться зазвичай до невідповідності діяльності шкіл-інтернатів вимогам сучасного життя, динаміці суспільних змін і потребам учнів. Справді, інтернатний навчальний заклад за своєю сутністю є напівзакритою освітньою системою, перебування в якій частково ізолює вихованців від суспільства, зумовлюючи як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивним є те, що вихованці перебувають під опікою держави й постійним доглядом з боку фахівців (учителів, вихователів, лікарів та ін.). Негативний аспект полягає в тому, що закритість школи-інтернату призводить до певного зниження рівня адаптованості випускників до суспільства, нестачі в них досвіду соціальної практики для успішного вирішення актуальних соціалізаційних завдань. Оскільки утруднена соціальна адаптація часто призводить до маргіналізації особистості й трагічної життєвої долі, проблема підвищення ефективності роботи інтернатних навчальних закладів нині перебуває в епіцентрі уваги влади й розглядається як головний чинник їх масштабного реформування [2; 5; 10].

Для розуміння місії навчального закладу як соціально-освітньої системи фундаментальними є дослідження в галузі соціології освіти, проведені Е. Дюркгеймом, Т. Парсонсом, П. Бурдьє, Е. Гідденсом. Аналізу функцій освіти як соціального інституту присвячені праці вітчизняних науковців В. Астахової [1], В. Кременя [7], М. Лукашевича [3], О. Скідіна [9] та ін.

Науковцями розроблено методологічні засади й організаційні механізми становлення та інноваційного розвитку шкіл-інтернатів як відкритих систем, максимально інтегрованих у соціокультурний простір держави.

В. Нечипоренко зазначає, що інноваційний розвиток для спеціального закладу освіти є, з одного боку, умовою подальшого поступу, а з іншого – загрозою розбалансування внутрішньошкільного освітнього простору у випадку перевищення критичної межі інновацій, втрати рівноваги між ними та стабільними алгоритмами роботи. Запобігти таким ризикам можна за умови врахування при розробці та реалізації стратегії діяльності спеціального закладу внутрішніх і зовнішніх детермінант його діяльності. До внутрішніх детермінант належать призначення навчального закладу та усталені підходи до організації його роботи; до зовнішніх – різнопланові чинники макросередовища, головними серед яких є світові тенденції розвитку освіти й науки; особливості соціально-економічного, політичного та культурного розвитку країни; традиції в галузі освітньої діяльності; освітня політика; рівень розвитку психолого-педагогічної науки. Прогнозування впливу цих чинників на траєкторію реалізації місії закладу дає змогу розробити модерну, перспективну стратегію його розвитку, яка відповідає сучасним глобалізаційним викликам і потребам національної освіти [6, с. 10–11].

О. Позднякова на основі аналізу сучасних підходів до проектування виховної системи школи-інтернату доходить висновку, що в контексті нової парадигми відкритих соціально-освітніх систем простежується тенденція формулювання пріоритетних завдань відкритого виховного простору школи-інтернату [8, с. 40]. Отже, у контексті проблеми реформування системи інтернатних навчальних закладів України особливого значення набуває процес становлення та інноваційного розвитку закладів цього типу як відкритих соціально-освітніх систем. Досягнення цієї нової якості можливе лише за умови врахування адміністрацією й педагогами шкіл-інтернатів, а також управлінцями вищих рівнів (регіонального та загальнодержавного) явних і латентних функцій шкіл-інтернатів, адже саме функціональна специфіка навчального закладу визначає, насамперед, результати його діяльності.

**Мета статті** – проаналізувати явні і латентні функції школи-інтернату як відкритої системи в контексті теорії Е. Гідденса.

На можливість наявності латентних функцій певної соціальної системи вперше звернув увагу Р. Мертон, вважаючи, що вивчення неявних, прихованих процесів є актуальним завданням соціології, що важливим аспектом соціологічного пояснення будь-якого явища є розкриття латентних функцій соціальних інститутів і людської діяльності [4, с. 393]. Дійсно, виявлення тих явищ, які існують у прихованій формі й не завжди піддаються чіткому контролю, дає змогу ефективніше реагувати на соціальні процеси, своєчасно виявляти ризики, створювати захисні й корекційні механізми для протидії негативним явищам або актуалізувати переваги прихованих раніше позитивних функцій.

Особливість латентних функцій полягає в тому, що вони виявляються з невизначеною імовірністю, з різною інтенсивністю й вибірково щодо різних людей. Латентний наслідок може бути, а може й не з'явитися залежно від ряду обставин (частіше суб'єктивних, ніж об'єктивних). Латентні наслідки несподівані, тому відповідь на них не завжди своєчасна й адекватна.

Так, абсолютно несподівано частина військовослужбовців СРСР, що воювали в Афганістані, звикли до наркотиків. Або несподівано значна частина воїнів АТО після повернення з фронту розлучилися зі своїми дружинами. Усі ці наслідки мають латентний характер, тому відповідь на них часто запізнюється і є малоефективною через відсутність відповідної профілактики.

Е. Гідденс продовжив розробку теорії явних і латентних функцій соціальної системи, розуміючи під латентними функціями наслідки, небажані або неочікувані для членів соціальної системи, в якій вони виявляються. Учений запропонував класифікацію латентних функцій для школи як соціального інституту (табл. 1).

Таблиця 1

**Функції школи як соціального інституту (за Е. Гідденсом [11, с. 454])**

Цілі / цінності	Явні функції	Латентні функції
Поширення грамотності (школа як інститут просвітництва)	Збільшення масштабів відтворення та поширення знань	Індустрія знань, економіка освіти
Глобалізація культури (школа як компонент системи масової комунікації)	Освоєння світової культури, розвиток дистанційного навчання	Уніфікація, обмеження локальної ідентичності
Приведення характеру знань у відповідність до суспільних вимог у зв'язку з індустріалізацією, змінами ринку праці (школа як агентство професійної орієнтації та соціальної адаптації)	Перехід до нових технологій навчання, розвиток абстрактних навичок, комп'ютеризація, розвиток економічної свідомості	Диференціація життєвих шансів залежно від стартового потенціалу (відповідно до здібностей і можливостей навчання дитини)
Задоволення потреб у грамотній і дисциплінованій робочій силі (школа як соціокультурний провідник, посередник між родиною та суспільством)	Соціальне нормування	Соціальний контроль, дисциплінування та покарання
Досягнення рівності можливостей (школа як агент соціальної справедливості, гарант прав людини)	Надання рівних можливостей дітям із різних соціальних класів	Соціальна стратифікація (вияв та відтворення соціальної нерівності)
Досягнення гендерної рівності (школа як інститут емансипації та позитивної комунікації між представниками чоловічої та жіночої статі)	Надання рівних можливостей у навчанні хлопцям і дівчатам	Гендерна стратифікація (прояв та відтворення гендерної нерівності)
Культурна репродукція (школа як агент соціалізації)	Виконання офіційного «навчального плану», включаючи аудиторне навчання та позакласні заходи	Реалізація «прихованого навчального плану» – неформальних аспектів навчання й організаційної культури школи
Приведення знань дітей у відповідність до вимог формальної академічної системи	Підготовка дітей до подальшого навчання, засвоєння ускладнених мовних кодів	Культурна стандартизація здібностей і навичок, стигматизація меншостей

Виділені Е. Гідденсом функції реалізуються всіма навчальними закладами, незалежно від їхнього типу, проте з різною мірою ефективності та різними акцентами на тих чи інших функціях. Це характерно й для шкіл-інтернатів, призначення яких і контингент учнів зумовлюють відповідну функціональну спеціалізацію.

Так, першою метою/цінністю в наведеній класифікації є «Поширення знань», а відповідною латентною функцією – індустрія знань, яка, за Е. Гідденсом, означає переведення освіти на ринкові відносини, надання їй масового, стандартизованого характеру, подібно до індустрії. Це призводить до зниження якості освіти й позбавлення її унікальності, своєрідності. Більшість людей здобуває однакову, стандартну освіту, що певною мірою обмежує їх індивідуальність. Масове індустріальне виробництво й масова індустрія знань характерні для епохи модерну. Постмодерну ж властива тенденція індивідуалізації освіти за рахунок її неінституціалізованих форм (використання можливостей інформаційної мережі «Інтернет», онлайн-курсів тощо), посилення індивідуального підходу та спеціалізації освіти.

Проте школам-інтернатам більш властиве якраз прагнення дати дітям стандартну освіту для того, щоб вони могли краще адаптуватися до масового суспільства. Якщо для звичайних шкіл індустрію знань можна розглядати як небажаний латентний наслідок, то для інтернатних навчальних закладів це бажаний наслідок, тому що вони, як правило, не мають великих амбіцій і орієнтуються на середньостатистичний рівень досягнень випускників. Лише окремі школи-інтернати, контингент яких становлять обдаровані діти, забезпечують поглиблену освіту, яка дає змогу випускникам вступати до престижних ВНЗ. Прикладом такої школи-інтернату, зорієнтованої на парадигму освітнього постмодерну, є Січовий колегіум (м. Запоріжжя).

Наступною метою/цінністю в класифікації Е. Гідденса є «Глобалізація культури» з явною функцією освоєння світової культури та розвитку дистанційного навчання. Для шкіл-інтернатів ця функція є надзвичайно важливою, оскільки відображає один з пріоритетних напрямів модернізації закладів цього типу. Розробка освітніх програм і технологій, що дадуть змогу школам-інтернатам інтегруватися в систему масової комунікації в контексті глобалізації культури, є важливим завданням навчально-методичної роботи в цих закладах. Ідеться про розширення ролі інформаційної мережі «Інтернет» у навчальному процесі, імплементацію інноваційного досвіду розвинених країн щодо використання інформаційних освітніх технологій.

Латентна функція цієї мети (уніфікація, обмеження локальної ідентичності особистості) для шкіл-інтернатів не видається небезпечною. Локальна ідентичність в учнів формується завдяки традиційності, певній провінційності освітніх технологій, характерних для закладів цього типу. Разом із тим окремі школи-інтернати для художньо обдарованих дітей формують у них локальну ідентичність за рахунок творчої діяльності. Прикладом такого закладу в Запорізькій області є Малобілозерська обласна гімна-

зія інтернатного типу «Дивосвіт», яка залучає учнів до вивчення джерел української художньої культури та опанування регіональних традицій гончарного мистецтва.

Наступній меті/цінності (приведення системи знань у відповідність до суспільних вимог) відповідає така явна функція, як перехід до нових технологій навчання, розвиток абстрактних навичок, комп'ютеризація, розвиток економічної свідомості, і така латентна функція, як диференціація життєвих шансів залежно від стартового потенціалу. Для школи-інтернату ця латентна функція дуже важлива, оскільки стартовий потенціал випускників суттєво залежить від типу навчального закладу (інтернат для обдарованих дітей, для дітей-сиріт або для дітей з обмеженими можливостями). На жаль, упровадження нових навчальних технологій, комп'ютеризація та модернізація змісту освіти відповідно до нових запитів суспільства найпізніше здійснюються в інтернатних навчальних закладах (за винятком шкіл-інтернатів для обдарованих дітей). Хоча благодійні фонди (наприклад, фонд Святослава Вакарчука «Люди майбутнього», фонд Віктора Пінчука та ін.) допомагають укомплектувати школи-інтернати сучасною комп'ютерною технікою, загалом заклади цього типу мають менше можливостей відповідати потребам суспільства, що зростають, і тому їхні випускники опиняються в нерівному становищі порівняно з випускниками звичайних шкіл.

На нашу думку, виділені Е. Гідденсом функції школи повинні бути доповнені для школи-інтернату як особливої інституції з реабілітаційно-корекційними завданнями, специфічними функціями за такими цілями/цінностями:

1. Приведення ментальності вихованців у відповідність до вимог суспільства. Явна функція – підготовка вихованців до життя в соціумі, латентна – формування конформізму.

2. Досягнення соціальної рівності та соціальної справедливості. Явна функція – це соціальний захист дітей, латентна – формування патерналізму й ослаблення особистої відповідальності.

3. Усебічний розвиток і реалізація прав особистості. Явна функція – корекційно-реабілітаційний супровід фізично ослаблених та соціально незахищених дітей, латентна – відтворення маргінальної ментальності й невротизація особистості у випадку, якщо вона починає усвідомлювати неможливість самореалізації на рівні здорової або фізично повноцінної людини. Доти, поки певні обмежені можливості дитини не акцентуються, вона не зосереджується на своїй неповноцінності. Це «комплекс Іоланти» – незрячої дівчини, яка не знала, що таке світло, і тому не відчувала потреби в ньому. Але коли Іоланта дізналася про свою сліпоту, то стала від цього страждати. Тож акцент у ставленні до дитини як до інваліда або соціально неблагополучної особи посилює в неї комплекс неповноцінності, що є ла-

тентною функцією інтернатних закладів за метою/цінністю забезпечення всебічного розвитку учнів.

Урахування управлінцями й педагогами шкіл-інтернатів зазначених явних і латентних функцій дасть змогу забезпечити становлення та інноваційний розвиток закладів цього типу як відкритих соціально-освітніх систем з урахуванням їхньої функціональної специфіки. Успішна реалізація моделі школи-інтернату як відкритої системи можлива за умови інтеграції освітнього й соціального простору, що може здійснюватися за такими векторами:

1. Вектор соціальної відповідальності. Інтернат шукає в соціальному просторі організацію, яка готова включити його у сферу своєї соціальної відповідальності, надаючи майданчик для програм соціальної освіти й соціального навчання. Такою організацією може бути загальноосвітній або вищий навчальний заклад, музей, філармонія, молодіжний центр, громадська організація, армійський підрозділ або інша структура, яка може слугувати базою соціального включення.

2. Вектор соціальної та природної екологізації простору. Слідуючи цьому вектору, школа-інтернат розвиває діяльність з екологізації прилеглої території, середовища проживання вихованців. Прикладом такої діяльності є дендропарк, заснований Хортицькою національною навчально-реабілітаційною академією у 2016 р. на острові Хортиця. У розвитку дендропарку активну участь взяли учні й педагоги загальноосвітньої санаторної школи-інтернату I–III ст., яка є структурним підрозділом Хортицької національної академії.

3. Вектор волонтерської діяльності, яка може включати військову й соціальну складові, тобто надання посильної допомоги воїнам АТО, переселенцям і соціально депресивним верствам соціуму, дітям з обмеженими можливостями здоров'я тощо.

4. Вектор глобалізації та інформатизації передбачає активне включення вихованців у соціальні мережі з акцентуванням соціально-освітньої тематики мережевого спілкування, їх залучення до наповнення інтернет-сайту школи-інтернату, налагодження зв'язків закладу з близьким та віддаленим соціальним середовищем.

5. Вектор участі в соціокультурному житті регіону може реалізуватися через участь у спортивних, мистецьких, громадських та інших заходах.

Урахування зазначених векторів у стратегії й програмі розвитку інтернатного закладу дасть змогу забезпечити нову якість його діяльності – як відкритої соціально-освітньої системи, що відповідає сучасним глобалізаційним викликам і потребам національної освіти.

**Висновки.** Таким чином, успішне реформування шкіл-інтернатів, їх інноваційний розвиток як відкритих соціально-освітніх систем можливі лише за умови врахування менеджерами освіти та педагогами не тільки явних, а й латентних функцій навчальних закладів цього типу, які виявляються з невизначеною ймовірністю, з різною інтенсивністю та вибірково щодо різних вихованців, проте суттєво визначають кінцеві результати під-

готовки випускника закладу. Виділені Е. Гідденсом явні й латентні функції школи реалізуються в інтернатних закладах з певною специфікою, зумовленою їхнім призначенням (соціальною місією) і контингентом учнів. Ці передумови також визначають значущість інших функцій, не врахованих Е. Гідденсом у запропонованій ним класифікації, а саме: функцій підготовки вихованців до життя в соціумі, їх соціального захисту й корекційно-реабілітаційного супроводу (явні функції), формування конформізму, патерналізму, відтворення маргінальної ментальності та невротизації учнів (латентні функції). Успішна реалізація моделі школи-інтернату як відкритої системи також передбачає інтеграцію освітнього та соціального простору, що може здійснюватися за векторами соціальної відповідальності, волонтерської діяльності, соціальної й природної екологізації простору, глобалізації та інформатизації, участі закладу в соціокультурному житті регіону.

#### Список використаної літератури

1. Астахова В. И. Курс лекций по социологии образования : учеб. пособие для студентов вузов. Харьков, 2009. 464 с.
2. Відбулось перше засідання робочої групи з реформування інтернатних закладів. Президент України Петро Порошенко. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua/news/vidbulos-pershe-zasidannya-robochoyi-grupi-z-reformuvannya-i-36701>.
3. Лукашевич Н. П., Солодков В. Т. Социология образования : конспект лекций. Киев, 1997. 224 с.
4. Мертон Р. К. Явные и латентные функции. Тексты. Американская социологическая мысль / под ред. В. И. Добренкова. Москва, 1996. 427 с.
5. Національна стратегія реформування системи інституційного догляду та виховання дітей на 2017–2026 роки. Міністерство соціальної політики України. Офіційний веб-портал. URL: <http://www.msp.gov.ua/timeline/Reformuvannya-instituciynogo-doglyadu-ditey.html>.
6. Нечипоренко В. В. Теоретичні і методичні засади навчально-реабілітаційної діяльності спеціального закладу як відкритої соціально-освітньої системи : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.03. Київ, 2013. 44 с.
7. Освіта України : Інформаційно-аналітичний огляд / під заг. ред. В. Г. Кременя. Київ, 2001. 224 с.
8. Позднякова О. Виховна система школи-інтернату як освітній феномен. Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія : Педагогіка. 2016. № 2 (17). С. 37–41.
9. Скіндін О. Л., Гавриленко І. М. Соціологія освіти : навч. посібник. Запоріжжя, 1998. 256 с.
10. Уповноважений Президента з прав дитини взяв участь у презентації бачення деінституціалізації догляду дітей в Україні. Президент України Петро Порошенко. Офіційне інтернет-представництво. URL: <http://www.president.gov.ua/news/upovnovazhenij-prezidenta-z-prav-ditini-vzyav-uchast-u-preze-37387>.
11. Giddens A. Sociology. Cambridge, Oxford, 1993. 511 p.

Стаття надійшла до редакції 20.07.2017.

---

**Гордиенко Н. Н. Явные и латентные функции школы-интерната как открытой системы в контексте теории Э. Гидденса**

*В статье анализируются явные и латентные функции интернатных учебных заведений в контексте теории Э. Гидденса и приоритетов инновационного развития*



школы-интерната как открытой социально-образовательной системы. Предложенные Э. Гидденсом функции школы как социального института уточнены с учетом специфики интернатных заведений и дополнены функциями подготовки воспитанников к жизни в социуме, их социальной защиты и коррекционно-реабилитационного сопровождения (явные функции), формирования конформизма, патернализма, воспроизведения маргинальной ментальности и невротизации учащихся (латентные функции). Определены приоритетные векторы интеграции образовательного и социального пространства в рамках процесса становления и инновационного развития школ-интернатов как открытых социально-образовательных систем.

**Ключевые слова:** школы-интернаты, функции образования, явные функции, латентные функции, социальная дифференциация, школа как открытая система.

### **Gordienko N. Explicit and Latent Functions of the Boarding Schools in the Context of A. Giddens's Theory**

*The article analyzes the explicit and latent functions of the boarding schools in the context of A. Giddens's theory and the priorities of the innovative development of the boarding school as an open socio-educational system. The functions of the school as a social institute proposed by E. Giddens are specified taking into account the specifics of residential institutions. It has been shown that the latent function of the knowledge industry, the mass and standardized nature of education, which is undesirable for the ordinary school, is quite acceptable for boarding schools, since they tend not to have high ambitions and are oriented towards the average level of achievements of graduates. The latent function of unification and limitation of the local identity of the individual for boarding schools is also not dangerous, since the local identity in students is formed at the expense of the traditional, certain provinciality of educational technologies characteristic of institutions of this type. Of particular importance for boarding schools is the latent function of differentiation of life chances, which determine the starting potential of graduates.*

*The proposed classification by A. Giddens of the functions of the school as a social institution is supplemented by the functions inherent in modern residential institutions, namely, the functions of preparing pupils for life in society, their social protection and correctional and rehabilitation support (explicit functions), the formation of conformism, paternalism, reproduction of marginal mentality and neuroticization of students (latent functions).*

*Priority vectors of integration of educational and social space within the framework of the process of formation and innovative development of boarding schools type as open social and educational systems are determined. The social responsibility vector involves finding a boarding school in the social space of an organization that is ready to include it in its social responsibility, providing a platform for social education and social education programs. Such an organization may be a general education institution or a higher educational institution, a museum, a philharmonic society, a youth center, a public organization, an army unit, etc. The vector of social and environmental ecologization of space can be realized through activities on environmentalization of adjacent territory, environment of pupils' living. A vector of volunteer activity, which can include a military and social component, that is, provision of relief to soldiers, migrants and socially depressed sections of society, children with disabilities, etc. The vector of globalization and informatization involves the active inclusion of pupils in social networks with the emphasis on the social and educational topics of network communication, their involvement in filling the Internet-site of the boarding school, establishing connections with the close and remote social environment. The vector of participation in the socio-cultural life of the region can be realized through the participation of the boarding school in sports, arts, public and other events.*

**Key words:** boarding schools, education functions, explicit functions, latent functions, social differentiation, school as an open system.

УДК 316.3(473):614.8(075.32)

Л. В. КАЛАШНІКОВА

## ОСОБИСТІТЬ ЯК СУБ'ЄКТ І ОБ'ЄКТ БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ

*У статті здійснено спробу схарактеризувати напрями соціологічного аналізу особистості як суб'єкту і об'єкту безпеки життєдіяльності. Зокрема, визначено, що вивчення особистості, яка виконує трояку роль (об'єкту і засобу захисту, джерела небезпек), дозволить в межах соціології дослідити критерії її безпеки життєдіяльності, рівні ієрархічної структури системи соціального середовища щодо забезпечення безпеки життєдіяльності з визначенням місця і ролі особистості на кожному з них, ступінь адекватності соціальних уявлень, рівень адаптивності та адаптаційних ресурсів, механізми забезпечення безпеки життєдіяльності, соціально-психологічну структуру безпеки життєдіяльності, індивідуальні стратегії поведінки щодо забезпечення безпечного життя тощо.*

**Ключові слова:** особистість, безпека життєдіяльності, суб'єкт і об'єкт дослідження.

Наявні тектонічні зсуви, що відбуваються в суспільно-політичному, соціально-економічному житті сучасного українського суспільства, закономірно супроводжуються негативними наслідками для кожної конкретної особистості, особливо за умов депривації потреб безпеки як стану відносно повного фізичного, соціального й духовного благополуччя. Життєдіяльність як складний процес створення особистістю умов для функціонування, розвитку, самоствердження та самореалізації тісно взаємопов'язаний з навколишнім природним середовищем і соціальною реальністю. Активно змінюючи їх, вона викликає протидію, тим самим будь-яка діяльність особистості є потенційно небезпечною, адже нерозривно пов'язана з порушенням цілісності природного й соціального світів і не завжди передбачуваною реакцією на подібні втручання. Саме тому конструювання системи безпечної життєдіяльності має починатися з усвідомлення вихідного положення про те, що особистість є активним учасником забезпечення власної безпеки й безпеки інших людей. Здатність особистості самореалізуватися в секторі безпеки є важливою особливістю сучасних теоретико-методологічних підходів до розуміння сутності безпеки життєдіяльності, адже її забезпечення – це процес створення сприятливих умов діяльності, реалізації свобод суб'єктів, які здатні контролювати умови власного існування.

Вивченню теоретико-методологічних проблем забезпечення безпеки життєдіяльності особистості присвячені праці У. Бека, Е. Гіденса, Н. Лумана, П. Штомпки, В. Кузнецова, С. Сулашкіна [10], В. Губанова, Л. Михайлова, В. Соломіна [9], В. Ярочкіна [11], Я. Бузанової [12], А. Лобачева [8], Н. Рибалкіна та ін. Аналіз структури та механізмів соціально-

психологічної безпеки особистості здійснено в теоретичних доробках О. Зотової [5], Ю. Зінченко [6], Е. Подольської, В. Назаркіної, О. Шароватової та ін. Незважаючи на численні наукові напрацювання щодо особливостей функціонування та розвитку особистості як суб'єкта/об'єкта безпеки, свого уточнення вимагають саме соціологічні аспекти її вивчення в контексті конструювання й підтримки системи безпеки життєдіяльності.

**Метою статті** є з'ясування напрямів соціологічного аналізу особистості як суб'єкта й об'єкта безпеки життєдіяльності.

Соціальні системи, у межах яких діє особистість, включають компоненти ієрархічної структури (цивілізація, соціум, соціальні групи тощо), крім них об'єктами практичної діяльності й пізнавальної активності виступають об'єкти природного середовища, пов'язані з її життєдіяльністю, а також різні сфери її забезпечення (економічна, соціальна, політична, військова, демографічна, інформаційна, психологічна та ін.). Кожна із зазначених сфер по-різному виявляється в діяльності особистості залежно від масштабів, місцезнаходження, умов функціонування та розвитку, тоді як система безпеки життєдіяльності являє собою форму взаємодії первинних елементів (суб'єктів та об'єктів) для досягнення балансу інтересів, захисту від потенційних/явних загроз, що піддаються моделюванню, діагностуванню й моніторингу з метою управління цією системою. Розглядаючи склад суб'єктів та об'єктів цієї системи, потрібно зауважити наявність тісного взаємозв'язку між ними. Суб'єктами безпеки життєдіяльності є всі ті об'єкти, які створюють/забезпечують безпечний стан, а об'єктами – ті, що використовують цей стан у своїх життєвих інтересах.

У ході розгляду об'єкта й суб'єкта безпеки, перш за все, доцільно максимально враховувати відповідні положення Конституції України, Постанови Верховної Ради України «Про Концепцію національної безпеки України» [2], Закону України «Про основи національної безпеки» [1], рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони» [3] та «Про Стратегію національної безпеки України» [4]. Аналіз змісту зазначених актів дає змогу зробити висновки про те, що в чинному українському законодавстві поняття безпеки сформульовано в межах національної безпеки, відповідно об'єктами останньої є людина і громадянин – їхні конституційні права і свободи; суспільство – його духовні, морально-етичні, культурні, історичні, інтелектуальні та матеріальні цінності, інформаційне й навколишнє природне середовище і природні ресурси; держава – її конституційний лад, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканність. Натомість суб'єктами забезпечення національної безпеки виступають державні органи влади, а також громадяни України [1].

Дещо різняться від законодавчо визначеного розуміння об'єкта й суб'єкта безпеки уявлення науковців про них, насамперед, зважаючи на наявні межі вивчення в лоні різних наукових дисциплін. Порівняння традиційних та сучасних концепцій безпеки [7] дало змогу дійти висновку про

те, що в усіх них референтом безпеки виступає особистість. Проте, якщо в традиційних теоріях монопольне право суб'єкта безпеки належало державі, то погляди більшості сучасних науковців щодо проблем забезпечення безпечного життя все ж таки особистісно орієнтовані. Пояснити такі тенденції можна, насамперед, наявними відмінностями щодо масштабу й характеру загроз – від елементарних загроз фізичному існуванню до розмаїття загроз таким складовим безпеки, як політична, економічна, соціальна, демографічна, екологічна, продовольча, інформаційна, соціокультурна, психологічна тощо. З іншого боку, суттєво різняться механізми забезпечення безпеки. Якщо традиційно безпека передбачала нарощування військового арсеналу, то в сучасному суспільстві зосереджена увага на захисті базових потреб, посиленні статусної позиції конкретної особистості.

Історично сформована бінарна система «особистість – середовище її самоствердження та самореалізації» є багатоцільовою, проте провідною метою є забезпечення безпечного життя. Досягнення безпеки функціонування такої системи можливе за умови дотримання принципів системного підходу до аналізу особливостей кожного з елементів цієї системи.

Визначаючи сутність особистості, суспільства й держави як об'єктів та суб'єктів безпеки, у межах системного підходу С. Сулашкін зосереджує увагу на їх інтересах та можливості захисту, виділяючи сутнісні ознаки, характеристики як чинники безпеки (рис. 1, 2).

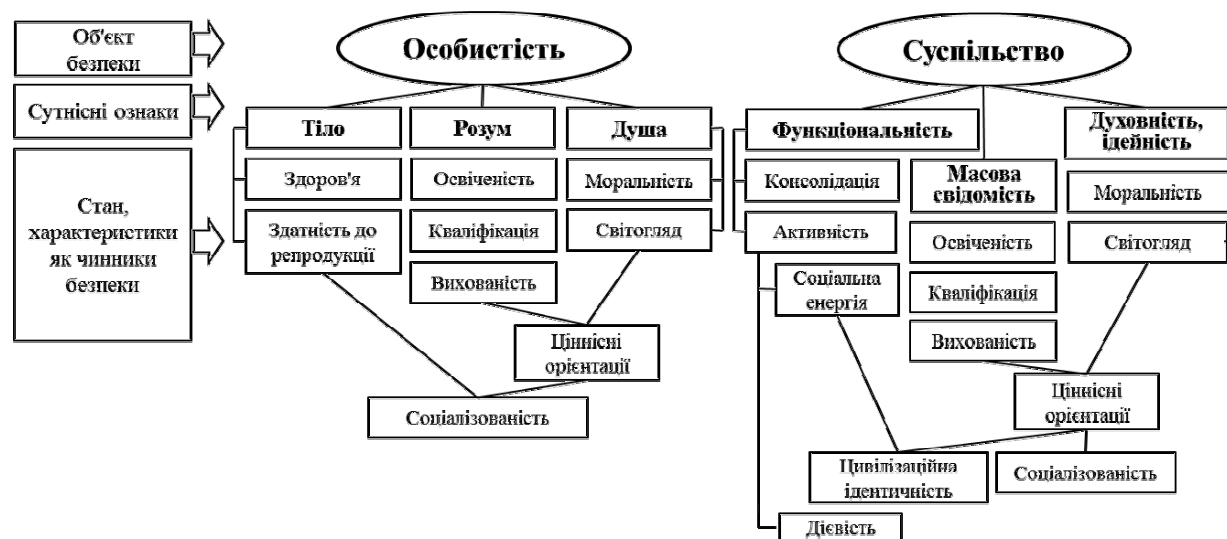


Рис. 1. Сутність особистості та суспільства як об'єктів безпеки [10, с. 18]

Запропонований підхід дає змогу, рухаючись у напрямі від загроз безпеці життєдіяльності особистості до загроз функціонування й розвитку суспільства, країни, окреслити принципи їх структурування для кожного із зазначених соціальних об'єктів, виділяючи саме статичні аспекти впливу загроз на об'єкти безпеки.

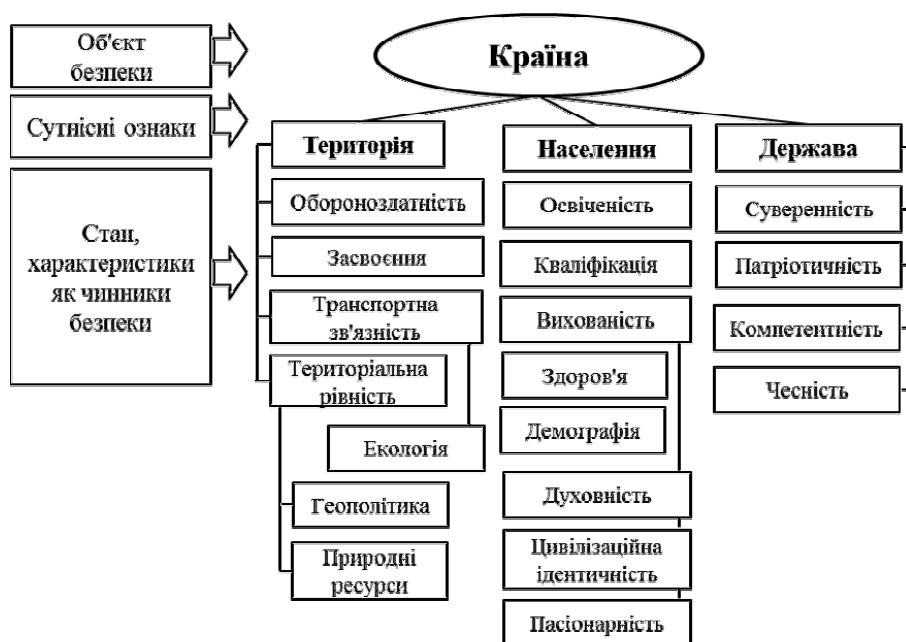


Рис. 2. Сутність країни як об'єкта безпеки [10, с. 19]

А. Лобачов, здійснюючи аналіз явища безпеки життєдіяльності в межах структурного підходу, дійшов висновку, що основою будь-яких систем безпеки є її особистісна й колективна (суспільна) складові. Іншими словами, первинним об'єктом дослідження у сфері безпеки повинна виступати все ж таки конкретна особистість. Виходячи з наявних структурних рівнів, він виділив відповідні їм види загроз і різновиди безпеки життєдіяльності (рис. 3) [8, с. 19].

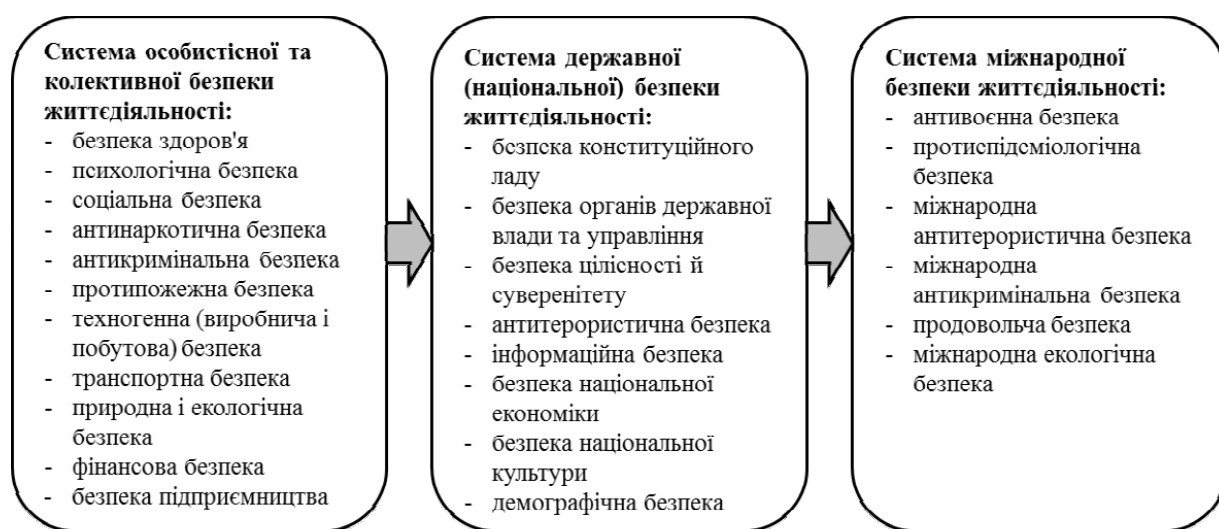


Рис. 3. Види загроз і різновиди безпеки відповідно до структурних рівнів їх прояву [8, с. 19]

У межах поведінкового підходу концепція безпеки особистості, запропонована В. Ярочкіним, Я. Бузановою, яскраво демонструє наявну су-

купність загроз у системі «людина – соціальне середовище». Зазначені чинники мають, передусім, соціально-психологічний характер і виявляються в поведінці людини в різних варіаціях. Вони можуть бути, з одного боку, стійкими й тривалими за часом дії, детерміновані незадоволеністю соціальним становищем, результатами трудової діяльності, байдужістю оточення. З іншого – ситуативними, що виникають під впливом різних непорозумінь у відносинах. Негативний вплив зазначених чинників може виявлятися через поведінкові відхилення, натомість найпоширенішими наслідками є конфлікти, тривожність, страх, паніка тощо. Соціальна практика показує, що людина порушує правила безпечної життєдіяльності через незнання, невміння або небажання дотримуватися вимог безпеки [12, с. 78].



Рис. 4. Концепція безпеки особистості [11, с. 77]

З іншого боку, варто зауважити, що безпечне функціонування системи «особистість – середовище її самоствердження та самореалізації» передбачає сумісність таких її провідних характеристик, як енергетична, соціальна, інформаційна, психологічна, соціокультурна, моральна тощо. Навколишній світ як сукупність об'єктивної та суб'єктивної реальності активно вдосконалюється особистістю, яка й сама змінюється протягом власного життя. Зважаючи на відносну стабільність характеристик особистості та регульовані межі змін елементів середовища її самореалізації, стосовно процесу конструювання й підтримки системи безпечної життєдіяльності доцільно, насамперед, враховувати особливості особистості, яка одночасно виконує трояку роль, виступаючи: по-перше, об'єктом захисту; по-друге, засобом забезпечення (суб'єктом) безпеки життєдіяльності; по-третє, провідним джерелом небезпек.

На думку В. Губанова, Л. Михайлова, В. Соломіна, роль особистості як суб'єкта в системі безпечної життєдіяльності має визначену специфіку й виявляється таким чином: у гносеологічному аспекті особистість інтерпретує навколишній світ відповідно до власних потреб і уявлень, зокрема щодо сутності стану невизначеності, ризику, наявності чи відсутності виклику, загрози чи небезпеки; особистість вносить причинність у процес функціонування системи через зміну ходу подій або порядку речей, їх природних властивостей; особистість раціоналізує, програмує середовище свого існування, організуючи його форми, розрізнені елементи соціального й природного буття в більшості випадків без урахування наслідків настання небезпек; володіючи евристичними здібностями, особистість відкриває нові напрями в пізнанні світу, визначає перспективи суспільного розвитку, виступаючи засобом змін у соціальній, природній, технічній сферах життєдіяльності; у межах соціуму особистість створює міфологеми, ідеологеми, навколо яких розгортаються історичні події й процеси, виникають цивілізаційні зміни, іншими словами, особистість надає суспільному життю аксіологічного, нормативно-ціннісного змісту, формує моральні імперативи; особистість створює соціальні структури й інститути, які забезпечують колективне виживання, захист, урегулювання конфліктів та узгодження інтересів [9, с. 8].

Будучи активним суб'єктом соціальних відносин, особистість володіє відносною свободою вибору варіантів власної поведінки, здійснює цілепокладання в межах своєї життєдіяльності, взаємодіє з іншими суб'єктами. Разом з тим і суспільство в процесі соціалізації індивіда визначає спрямованість його прагнень як об'єкта свого впливу, регулює процеси внутрішньої самоорганізації й мотивації поведінки особистості. Конкретні цілі й форми поведінки особистості в середовищі існування детерміновані її особистісним потенціалом як активного суб'єкта та статусно-рольовими приписами, що визначені суспільством. Гармонійне поєднання цих чинників визначає рівень безпеки життєдіяльності в суспільстві. Отже, важливою складовою предмета соціологічного аналізу безпеки життєдіяльності є механізми забезпечення безпеки життєдіяльності, соціально-психологічна структура безпеки життєдіяльності особистості, типи індивідуальних стратегій поведінки щодо забезпечення безпечної життєдіяльності тощо.

З іншого боку, зважаючи на те, що важливою умовою безпечного функціонування та розвитку суспільства є дотримання принципу активної самореалізації кожним суб'єктом свого соціального потенціалу в інтересах задоволення власних потреб і запитів суспільства, допомога й підтримка держави необхідні та виправдані з погляду стимулювання суспільної активності, творчої ініціативи, зокрема у сфері безпеки, насамперед за рахунок формування культури безпечної життєдіяльності, виховання особистості безпечного типу поведінки. Реалізація цього постулату має виключно важливе соціальне значення, особливо в умовах глобальної системної кризи.

Таким чином, особистість прямо чи опосередковано, свідомо чи не-свідомо включена до складно організованої системи безпечної життєдіяльності, виконуючи в ній активно-формульовану, пасивно-споглядальну або навіть руйнівну функцію. Баланс її позитивних і негативних якостей визначає сумарний вектор розвитку людства загалом.

**Висновки.** Здійснений аналіз системи «особистість – середовище її самоствердження та самореалізації» засвідчує наявну складність взаємодії особистості з різними компонентами її природного й соціального світів. Процес конструювання й підтримки функціонування системи безпеки життєдіяльності залежить від ефективної профілактики небезпек, загроз і ризиків та успішності підготовки всіх складових цієї системи до дій у небезпечних ситуаціях, зокрема особистості як суб'єкта й об'єкта безпеки життєдіяльності.

Визначаючи можливості соціологічного вивчення особистості як об'єкта безпеки, доцільно зосередити увагу на визначенні критеріїв безпеки її життєдіяльності (як об'єктивних – рівень життя, розвиненість соціальної інфраструктури, екологічний стан середовища, зайнятість, криміногенність тощо, так і суб'єктивних – рівень захищеності/незахищеності, тривожності, страху, схильності до ризику, довіри та впевненості в майбутньому тощо), а також дослідженні вертикальних рівнів ієрархічної структури системи соціального середовища щодо забезпечення безпеки життєдіяльності з визначенням місця й ролі особистості на кожному з них.

З іншого боку, досліджуючи особистість як суб'єкт безпеки життєдіяльності у вузькому розумінні, доречно зазначити, що вона може пасивно адаптуватися, створювати оптимальні умови функціонування та розвитку, мінімізувати негативні наслідки власної активності, досягаючи визначеного ступеня відповідності результатів життєдіяльності вимогам соціуму. Або ж посідати позицію інтерпретатора, активного й пристрасного дослідника середовища самоствердження та самореалізації, що продукує своє трактування буття, ставлення до подій, людей, суспільства й самої себе. Щодо такого розуміння суб'єкта безпеки з боку соціології відкриваються нові можливості інтерпретації особистості, характер та особливості якої повинні відбивати ступінь адекватності її соціальних уявлень, рівень адаптивності й адаптаційних ресурсів. Натомість у широкому сенсі вивчення особистості як суб'єкта безпеки передбачає аналіз механізмів забезпечення безпечного життя, соціально-психологічної структури безпеки життєдіяльності, індивідуальних стратегій поведінки щодо захисту від небезпек, загроз і ризиків тощо.

Зважаючи на актуальність вивчення проблем забезпечення безпеки життєдіяльності, особливо в умовах функціонування та розвитку сучасного українського суспільства, визначені напрями аналізу особистості як суб'єкта й об'єкта безпеки життєдіяльності вимагають теоретично-методологічного, методичного підкріплення, подальшої розробки та емпіричного



дослідження в межах соціологічної науки, яка має низку переваг порівняно з іншими науками про безпеку.

#### Список використаної літератури

1. Про основи національної безпеки : Закон України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/964-15>.
2. Про Концепцію національної безпеки України : Постанова Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3/97-вр>.
3. Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони Рішення Ради національної безпеки і оборони України. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/922016-19832>.
4. Про Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 6 травня 2015 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>.
5. Зотова О. Ю. Актуальность разработки социально-психологических критериев безопасности личности. *Социальная политика и социология* : междисциплинар. науч.-практ. журнал. Москва, 2010. № 11. С. 132–141.
6. Зотова О. Ю., Зінченко Ю. П. Основы безопасности личности и общества. Москва, 2010. 290 с.
7. Калашнікова Л. В. Безпека життєдіяльності: порівняльний аналіз традиційних та нових парадигм у сучасній соціології. *Грані*. 2017. № 3 (143). С. 11–16.
8. Лобачев А. И. Безопасность жизнедеятельности : учеб. для вузов. 2-е изд., испр. и доп. Москва, 2008. 367 с.
9. Социальные опасности и защита от них : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / В. М. Губанов, Л. А. Михайлов, В. П. Соломин и др. ; под ред. Л. А. Михайлова. Москва, 2012. 304 с.
10. Сулашкин С. Категория «безопасность»: от категориального смысла до государственного управления. *Национальная безопасность: научное и государственное управленческое содержание* : материалы Всерос. науч. конф., 4 дек. 2009 г., Москва / Центр пробл. анал. и гос.-упр. проект. ; под ред. С. С. Сулашкина и др. Москва, 2010. С. 10–38.
11. Ярочкин В. И. Секьюритология: Наука о безопасности жизнедеятельности. Москва, 2000. 400 с.
12. Ярочкин В. И., Бузанова Я. В. Теория безопасности. Москва, 2005. 176 с.

*Стаття надійшла до редакції 26.07.2017.*

---

#### **Калашнікова Л. В. Личность как субъект и объект безопасности жизнедеятельности: социологический контекст**

*В статье охарактеризованы направления социологического анализа личности, которая выполняет тройную роль (объекта и средства (субъекта) защиты, источника опасностей). Ее исследование в качестве объекта безопасности жизнедеятельности в рамках социологии позволит выделить объективные и субъективные критерии безопасности, уровни иерархической структуры системы социальной среды по обеспечению безопасности жизнедеятельности с определением места и роли личности на каждом из них, а также степень адекватности социальных представлений, уровень адаптированности и адаптационных ресурсов. Изучение личности, выступающей в роли субъекта безопасности жизнедеятельности, сделает возможным определение сущности механизмов обеспечения безопасности, социально-психологической структуры безопасности, индивидуальных стратегий поведения по обеспечению безопасной жизни и т. п.*

**Ключевые слова:** личность, безопасность жизнедеятельности, субъект и объект исследования.

**Kalashnikova L. Personality as Subject and Object of Life Safety: the Sociological Context**

*This article describes the directions of sociological analysis of the personality, which performs a threefold role (the object and the means (subject) protection and a source of danger).*

*Comparison of traditional and modern concepts of security allowed to come to the conclusion that in most of them, the referent of security is the identity. However, if the traditional theories of monopoly of the subject security owned by the state, the views of the majority of modern scientists regarding the problems of providing safe life all the same personal oriented. To explain such trends include, first, existing differences on the extent and nature of threats – from basic threats to the physical existence to the diversity of threats to such components as economic security, environmental, food, information, social, cultural etc. on the other hand, differ significantly in the security mechanisms. If traditionally, the security provided for the building of the military Arsenal, in a modern society marked attention to the protection of basic needs, strengthening the status of the position of a particular individual.*

*The study of personality as the object of life safety in the framework of sociology will allow you to select and to measure objective and subjective safety criteria, the levels of the hierarchical structure of the social environment to ensure the safety with the place and role of personality on each of them.*

*Personality as a subject in the system of safe activity has a certain specificity and is manifested through 1) the ability to interpret the surrounding world in accordance with their own needs and ideas, 2) inclusion of causality in the process of functioning of the system by changing the course of events or order of things, their natural properties, 3) the rationalization of the environment of its existence, to determine the prospects of social development, creating myths, ideologies around which the unfolding of historical events and processes that occur civilizational changes.*

*The study of personality, advocating the role of the subject of life safety, will make it possible to determine the degree of adequacy of social representations, the level of adaptation and adaptive resources. the essence of security mechanisms, socio-psychological security structures, individual strategies to ensure a safe living, etc. This direction is especially important given the fact that the most important condition of safe functioning and development of society is the principle of active self-realization by each individual of their social capacities to meet their own needs and demands of the society. Help and support is needed and justified from the point of view of stimulating public activity, creative initiative, in particular in the field of security, primarily due to the formation of cultural life, development of personality safe type of conduct.*

**Key words:** *personality, life safety, the subject and the object of study.*

УДК 316

**В. М. СЕВЕРИНЮК**

## **СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА**

*У статті розглянуто природу політичного лідерства, зокрема поведінковий аспект політичного лідерства, що, на думку автора, є основним у розумінні сутності цього явища. Розглянуто взаємодію формальних (інституціональних) і неформальних (індивідуально-психологічних) складників політичного лідерства, зроблено висновок, що політична харизма – явище не стільки персонально-поведінкове, скільки продукт суспільної (масової) свідомості.*

**Ключові слова:** політичний лідер, політична взаємодія, демократія, легітимність, формальний і неформальний статуси, політична харизма, детермінація політичної поведінки.

Серед суб'єктів політики політичний лідер є єдиним, якого називають «персоніфікованим суб'єктом». Це означає, що в природі політичного лідера, явищах, які детермінують його появу та поведінку, визначають його місце та роль в політичних процесах, позначаються на змісті та результатах діяльності, присутній дуже складний синтез об'єктивних та суб'єктивних обставин. Тут спостерігається системна взаємодія багатьох чинників: соціальних, інституціональних формально-нормативних та особистісних, видимих і прихованих, персональних і групових, раціональних та емоційно-психологічних. Через це дослідникам так не просто дійти спільних висновків навіть щодо найсуттєвіших характеристик явища політичного лідерства: його головних причин, суспільних функцій та значення, критеріїв типології тощо. Різноманітні ідеї й концепції, вмотивовані потребою суспільного та наукового вирішення означених проблем, ведуть свій початок фактично ще з часів Давньої Греції і Китаю. Протягом останнього сторіччя вони сформувалися як окремі наукові підходи: «теорія рис», «факторно-аналітична», «ситуаційна», «теорія конститuentів», «соціально-економічних детермінант», «психоаналітична», «інтерактивного аналізу» та інші.

Дійсно, представниками різних соціально- та природничо-гуманітарних наук виконана й продовжується величезна емпірична й теоретико-аналітична робота з метою всебічного пізнання явища політичного лідерства. Узагальнено значний обсяг фактичних даних, сформульовано аргументовані висновки, систематизовано різні теорії й версії. Водночас результати цих зусиль свідчать про необхідність подальшого поглиблення дослідницької роботи – найперше в царині головних теоретико-методологічних засад проблеми. Недарма багато авторів зауважують, що: «У сучасній політології політичне лідерство не має однозначного тлумачення» [1, с. 309]; «...поширена думка, що політичне лідерство є надскладним об'єктом для строгого політологічного аналізу, адже сам цей феномен не

може бути чітко формалізованим» [4, с. 30]; «...створити єдину універсальну концепцію лідерства, напевне, неможливо» [12, с. 13]; «що стосується політичного лідерства, то й до сьогодні його фундаментальна теоретична основа не розроблена» [14, с. 112].

Метою статті є висвітлення проблеми лідерства в аспекті природи суспільного визнання політичних лідерів (легітимації) в умовах співіснування демократичних та авторитарних/тоталітарних режимів.

Аналізуючи природу політичного лідерства, що є одним з видів соціального лідерства, прибічники різних концепцій і теорій в абсолютній більшості випадків наголошують на характеристиках, котрі буквально або за своєю сутністю зводяться до поняття «взаємодія» (лідерство як ефект «групової дії», «соціальної взаємодії») [1, с. 309; 5, с. 332; 7, с. 99; 8, с. 24; 12, с. 7]. Саме такий погляд на явище лідерства має сталу традицію в різних політико-соціологічних школах, представлених у працях М. Вебера, В. Леніна, К. Каутського, Е. Богардуса, П. Пігорса, Р. Мертон та ін. У понятті «взаємодія», на якому дуже вірно наголошують дослідники, вбачається перша, найголовніша, особливість і водночас внутрішня суперечливість явища політичного лідерства: з одного боку, воно існує як персоніфікована форма суб'єкта лідерської дії (індивід, людська особистість), а з другого, зміст цієї форми залежить від соціального оточення, її розкриття стає можливим лише через механізми колективної, групової поведінки.

З погляду політичної теорії, поняття «політичний лідер» і «політичне лідерство» близькі, але не однакові за значенням. Різниця полягає не лише в тому, що перше з них означає особу, а друге – процес. Зазначені поняття виражають різні види політичної поведінки: відповідно індивідуальний та груповий, корпоративний. (Наголосимо, що в даному разі не йдеться про групове лідерство як таке, наприклад, лідерство політичної партії чи елітарної групи, а про неодмінне поєднання в індивідуальному лідерстві персонального і колективного начал). У процесі реальної політичної дії відмінності між рисами персональної та групової поведінки (яку і в тому, і в іншому випадку символізує індивід – лідер), можуть суттєво нівелюватися, утворюючи спільні форми і типи (як-от: участь лідера і його команди в масовій суспільній акції – солідарній чи протестній), але ніколи повністю не втрачають притаманних їм особливостей. Можна сказати, що персоналістська та інституціоналістська складові – це два рівнозначних крила поведінки політичного лідера.

Іншими словами, якщо свита робить короля, то король не дає свиті забути, чий саме плечі зігріває зшита нею мантия. Умовно-символічне поняття «свита» вживається політологами в різних інтерпретаціях: під ним розуміють «найближче оточення лідера», «команду однодумців», «лоббі», «групи інтересів», «коло послідовників», «суспільство в цілому» (відомий вислів: «Який народ, такі в нього й правителі»).

Настрої соціальних груп у ставленні до політичних лідерів залежать від складної сукупності чинників. Іноді зміна складників у ній та їх співвідношення відбуваються настільки динамічно, що важко піддається структуранню. Проте завжди залишають певні базові компоненти, безпосередньо пов'язані з умовами життя усіх верств населення. Це соціальні статуси та матеріально-економічні блага. Соціально-економічні детермінанти політики є пріоритетними в марксистській теорії. Звісно, їх абсолютизацію, як це роблять марксистки, не можна вважати методом, що забезпечує всебічне розуміння причин та суті суспільних перетворень, однак поняття «класових інтересів» як характеристика послідовників політичного лідера цілком прийнятне. Так, за ленінською концепцією, діяльність, поведінка політичних лідерів («вождів») – це поведінка «більш або менш стійких груп <...> найбільш авторитетних, впливових, досвідчених, виборних на відповідальні посади осіб», котрі «управляють партіями», що в свою чергу «керують класами», сукупність яких утворює суспільну «масу» [6, с. 23]. З неупереджених позицій важко заперечити доречність висловленої вище думки про важливе значення для процесу політичного лідерства постійно діючого «ефекту групи, спільноти». Виходячи з цього, зрозуміло, що характеристика «персоніфікований суб'єкт політики», яку прийнято вживати стосовно поняття «політичний лідер», є до певної міри умовною.

Безпосередній стосунок до розуміння методологічного смислу дихотомії «персональне – групове» в концепції політичного лідерства та визначення типів лідерської поведінки має усвідомлення того, у якому співвідношенні перебувають поняття «політичний лідер» і «демократія». Останніми роками в працях вітчизняних політологів часто висловлюється думка, що «...в умовах авторитаризму (тим більше тоталітаризму) політичне лідерство не існує» [13, с. 90], що «феномен лідерства <...> варто аналізувати у зв'язку з проявами демократизму, а не елітаризму, як це практикується в сучасних політологічних дослідженнях» [16, с. 64]. Більш м'яко формулює відповідне положення В. П. Горбатенко: «за умов тоталітаризму й авторитаризму лідерів у сучасному загальнодемократичному розумінні не буває, а є диктатори, номенклатура, бюрократія...» [2, с. 48].

З нашого погляду, справедливо висловлюючись на користь «демократичного наповнення» поняття «політичний лідер», варто обов'язково робити деякі застереження. У цілому демократичний аспект лідерства ґрунтується на теоретичній аксіомі про те, що політичне лідерство неможливе без таких атрибутивних ознак як: авторитетність, легітимність, суспільна підтримка. Дійсно, зв'язок між політичним лідерством та процесами демократизації очевидний і його неможливо заперечити. Але, з іншого боку, не можна не помітити, що подібний теоретико-методологічний акцент примушує задуматися над багатьма іншими питаннями, що не збігаються з ідеалами демократії.

По-перше, науковці наголошують, що політичне лідерство «існує скрізь, де є влада й організація» [10, с. 114], що це – явище, започатковане ще на «зорі історії людства», воно «вічне, універсальне й неминуче <...>, загальноісторичне» [9, с. 22]. У зв'язку з цим, перед надто палкими прихильниками «демократичного контексту» лідерства постає дилема: або, говорячи про визначних особистостей минулого, неодмінно намагатися оцінювати їхню діяльність мірками «демократизму», а це навряд чи можливо, бо очевидно, що до цього часу історія, напевне, в однакових пропорціях породжувала політичних «героїв» і «антигероїв»; або ж узагалі не розглядати політичну діяльність, періоду, скажімо далеко не демократичної доби Середньовіччя, в категоріях лідерства, що також виглядає нелогічним, бо тоді доведеться, як мінімум, заперечити класичний внесок у дослідження феномену політичного лідерства, зроблений Н. Макіавеллі його працею «Державець» (1513, опубл. у 1531 р.), а заодно – перекреслити здобутки т. зв. «макіавеллістської школи» в теорії політичного елітизму й лідерства (Г. Моска, В. Парето, Р. Міхельс) та багато інших визнаних концепцій, але це означало б не що інше, як паплюження науки.

По-друге, виражений погляд на історію та політику змушує погодитися, що за певних обставин (специфіка історичної ситуації, маніпуляція суспільною свідомістю, кон'юнктура політичної боротьби тощо) високого рівня суспільної підтримки нерідко досягають зовсім не демократичні «керманічі», котрі, однак, за всіма ознаками, які пропонує сучасна теорія (насамперед за ступенем легітимності владного впливу на оточення), відповідають поняттю «політичний лідер».

«Рафінованих» (ідеальних типів) політичних лідерів, як і «рафінованої» демократії, не буває. Сам лише факт існування в країні демократичних інституцій та автономної політичної активності громадян ще не створює достатніх передумов для появи високолегітимного політика-лідера. І навпаки: наявність у політичному режимі авторитарних чи навіть тоталітарних рис автоматично аж ніяк не унеможливорює явище політичного лідерства. Головною детермінантою тут виступають конкретні обставини місця і часу.

Специфічним різновидом політичного лідерства наука визнає політичний вождизм. Ідеологія вождизму набула гіпертрофованого смислу в гітлерівській Німеччині. Тут вона виявилася в політичній доктрині фюрерства (нім. *der fuehrer* – вождь), що ґрунтувалася, зокрема, на ідеологічному постулаті: «Один народ, одна держава, один вождь» [15, с. 13]. Вождіськими за своєю природою були також явища культу особи в політиці: Й. Сталіна (лат. *cultus* – шанування, турбота, поклоніння), «дуче» Б. Муссоліні (< лат. *ducis* – вождь, полководець), «великого керманіча» Мао Цзедуна та інших відомих в історії очільників авторитарно-тоталітарних режимів. Сьогоднішнім прикладом абсолютного політичного вождизму є «лідер нації» КНДР Кім Чен Ін. Схоже «забарвлення» має те-

перішня влада російського президента В. Путіна, яку її адепти активно підживлюють тезою, що «президент в Росії більше ніж президент», тобто на основі харизматизації конкретного «вождя» відбувається загалом харизматизація посади глави держави. Високий рівень легітимності (70–90%) авторитарних керівників у Росії, Білорусі, Казахстані та багатьох інших країн доводить, що для того, аби стати «героєм на троні» не обов'язково зростати в «родовому гнізді» демократії.

Політичний вождизм у крайніх формах є синонімом політичного диктаторства, в його умовах абсолютно неможливим є формування громадянського суспільства. Історія світової демократії неодноразово доводила безперспективність та згубність для суспільного поступу такого виду політичного лідерства, але, на жаль, це не усуває факту його існування.

Вищезазначене та інші подібні приклади, яких чимало знає історія, наводять на висновок, що пов'язувати явище політичного лідерства (в цілому і в першу чергу) з демократизмом методологічно некоректно. Такий підхід до певної міри порушує науковий принцип історизму, звужує сутність самого явища, обмежує можливості класифікації поведінки політичного лідера за різними типовими ознаками: наприклад, за характером взаємодії з іншими суб'єктами політики. Адже така взаємодія може містити елементи як демократизму, так і бюрократизму, авторитаризму й популізму, співробітництва й примушування – і це жодним чином не ставить під сумнів реальність існування політичного лідерства ні в політико-інституціональному, ні в персоніфікованому вимірах.

Легітимність як ознака політичного лідерства є також ключовою при дослідженні дихотомії «формальний – неформальний лідер». У найбільш загальному розумінні, формальне лідерство означає набуте відповідно до легально-нормативних процедур право політичного суб'єкта виконувати в межах певної суспільної групи чи спільноти функції керівництва та управління (це об'єктивно створює для такого керівника потенційні можливості досягти статусу лідера, тобто поєднати в одній особі службове становище і якість політичної поведінки, однак подібне трапляється не завжди). Неформальне лідерство – це юридично не внормована, суб'єктивна здатність та уміння індивіда здійснювати визначальний вплив на оточення. Іншими словами, це статусно-достатня, легітимована якість політичної поведінки, яка може поєднуватися чи не поєднуватися з посадовим становищем суб'єкта.

Досить непросто визначити, який з двох компонентів – формальний чи неформальний – переважає в процесі легітимації особи як політичного лідера і власне надає їй такого статусу. Лише на підставі аналізу суб'єктної політичної поведінки, що виявляється в конкретних формах і типах групових та колективних взаємодій, та головним чином її наслідків (результатів) можна встановити співвідношення між формальними й неформальними аспектами політичного лідерства.

Неформальний лідер може досягти або й ні формального статусу, натомість формальне лідерство обов'язково підживлюється неформальними джерелами своєї легітимації. В останньому випадку, особливо, якщо суб'єктом лідерства є посадовець дуже високого (загальнонаціонального) рівня, скажімо президент країни, спостерігається тенденція до розбухання неформальних ресурсів влади – іноді настільки, що вони в якийсь момент за силою свого впливу починають домінувати над легальними, формалізованими повноваженнями. Унаслідок цього авторитет влади починає поступово переростати у владу авторитету. Виникає свого роду конфлікт між формальною і неформальною поведінкою лідера. (Перший із зазначених типів поведінки детермінований публічною природою політичної влади, другий – ефектом групових інтересів у політиці). Цей конфлікт мусить бути вирішеним. Моральні вимоги у таких випадках зазвичай мало допомагають, а тому (якщо в політичній системі відсутні жорсткі інституціональні механізми стримування) влада, як правило, еволюціонує в бік авторитаризму.

Неформальний бік політичного лідерства може посилюватися й під дією інших обставин, наприклад елементами етнічної або релігійної легітимації влади. Між жорстким авторитаризмом («авторитарною етнократією») та політичним прагматизмом розвивалася політична кар'єра колишнього президента Союзної Республіки Югославії С. Мілошевича. Під час воєнних дій у Сербії влітку 1999 р. навіть політичні суперники Мілошевича заявляли: «Ми підтримуємо Мілошевича не через те, що ми його любимо, а через те, що ми серби» [3, с. 35]. Сам Мілошевич, попри те, що за конституцією його президентські повноваження були обмежені, казав: «Не суттєво, яку посаду я обіймаю. Для сербів я – свого роду Хомейні» [3, с. 34]. Імідж оборонця національно-етнічних інтересів росіян в контексті ідеології «єдиного русского мира» надовго закріпився за В. Путіним, створив передумови воєнної агресії Росії проти Української суверенної держави.

При авторитарних тенденціях влади неформальні елементи поведінки політичних лідерів проступають значно виразніше, ніж за умов ефективної демократії. Якщо в останньому випадку наявність таких елементів не становить серйозної проблеми, то в умовах авторитаризму подібна ситуація набуває характеру суспільного протиріччя, яке влада та її ідеологи рано чи пізно змушені вирішувати. При цьому можуть застосовуватися різні способи, але методологія їх одна й та сама: це намагання легалізувати, формалізувати «неформала», тобто перетворити неформальні лідерські ролі в нормативно-визначені, інституціональні. Зазвичай це відбувається шляхом ігнорування принципу поділу влад і зосередження в одних руках багатьох владних функцій. Пригадаймо, як колишній президент Туркменістану (у 1990–2006 рр.) С. Ніязов («Вічно Великий Сапармурат Туркменбаші») обійняв фактично всі найвищі посади в державі: президента країни, голови Кабінету Міністрів, керівника вищого представницького органу – Народ-



ної Ради, голови Ради Старійшин, верховного головнокомандувача, голови Ради оборони і національної безпеки, начальника цивільної оборони, голови єдиної в країні Демократичної партії [11, с. 9].

Одна з найбільш загадкових і невловимих якостей лідера, лідерської поведінки визначається поняттям «харизма». До цього часу жодному вченому не вдалося аргументовано пояснити сутність зв'язку, в якому ця особлива людська властивість перебуває з процесом здійснення політичної влади. Та це, мабуть, і неможливо зробити, оскільки в даному випадку предметом наукового аналізу одночасно постають два дуже несхожі начала людського буття: з одного боку, те, що давні греки вважали «божою благодаттю, вищим даром» (грец. *χάρισμα*), у який можна тільки вірити, не намагаючись раціонально пояснити, а з іншого – прагматизм, доцільність, фактичний результат – те, що визначає сутність політичної діяльності, заснованої на раціональному розрахунку й системних діях.

Залишимо за межами нашої уваги дискусії з приводу того, «яке підґрунтя в харизмі переважає»: релігійно-містичне, психологічне, культурологічне чи технологічне, харизматиком треба народитися чи можна ним стати тощо.

Прийнятними для політологічного вжитку є поняття: «харизматичне лідерство», «лідер-харизматик», «політична харизма». Але, з нашого погляду, зокрема для класифікації політичної поведінки, об'єктивних підстав щодо висновку про існування якогось особливого (харизматичного) типу політичної поведінки, що властивий окремії людині, немає. Політична харизма – явище не стільки персонально-поведінкове, скільки переважною мірою продукт суспільної (масової) свідомості. Конкретизуємо цю думку в таких положеннях:

– політична харизма, на відміну від релігійної, заснованої на вірі, формується на основі довіри суспільства до вчинків політика (нехай навіть помилкової), тобто харизма є явищем похідним від змісту суспільної свідомості внаслідок суб'єкт-об'єктної взаємодії, – це скоріше комбінований (індивідуально-колективний) результат політичної поведінки лідера, а не її самостійний, окремії тип;

– харизма найчастіше викристалізовується в умовах панування особливих соціально-психологічних настроїв, депресивних станів суспільства, коли яскрава особистість починає сприйматися масовою свідомістю як чи не єдине джерело позитивних емоцій на тлі суцільно-негативних реалій життя. Крім того, «винайдення», за висловом К. Маркса, великих людей міфологічною силою народної фантазії», дає змогу суспільству на деякий час скинути з себе тягар деприваційних настроїв, що загрожують вилитися в соціальну апатію чи безлад. З особою харизматизованого нею політичного лідера якась частина суспільства пов'язує можливість звільнитися від особистих почуттів розчарування, песимізму, протесту; у такий спосіб люди немовби делегують лідеру-харизматику власну позитивну мрію, а він

своєю харизмою має її реалізувати та відновити втрачений громадянами оптимізм;

– ефект харизми виникає не просто, але не менших зусиль вимагає його підтримання. Особливістю так званого харизматичного лідерства є необхідність збереження емоційно-психологічного зв'язку лідера зі своїми послідовниками, він має їм постійно подобатися. Для цього застосовується широкий арсенал засобів – як суспільно корисних (раціональних), так і маніпуляційних (ірраціональних). Навіть у сприятливому для суспільства варіанті харизма містить небезпеку посиленої символізації поведінки лідера. Перед загрозою втратити харизматичний образ політики починають балансувати на межі дійсно легітимного лідерства та популізму і політичного нарцисизму, що є нічим іншим, як ознакою псевдохаризми.

Суспільство завжди об'єктивно потребує керівного начала та живе в очікуванні лідера. Але ніколи наперед не можна сказати, яким буде цей лідер. Ясно лише одне: марно сподіватися на появу «ідеального» політика. Зате постійно слід пам'ятати, що й на громадянах лежить частка відповідальності за стан справ у державі, бо навіть найяскравіші таланти, хоч і є глибоко індивідуальними проявами людської природи, становлять лише частку соціуму – на його матрицях перевіряється їхня сутність.

#### **Список використаної літератури**

1. Горбатенко В.П. Лідерство політичне. *Політологічний енциклопедичний словник* / упоряд. В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ, 2004. С. 309.
2. Горбатенко В. П. Десять уроків політичного лідерства для пострадянських керманічів. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 48.
3. Городня Н. Диктатор чи геній? Політичний портрет колишнього президента Югославії Слободана Мілошевича. *Людина і політика*. 2000. № 6 (12). С. 31–36.
4. Дергачов О. Політичне лідерство і моделювання національного розвитку. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 30–41.
5. Зеркин Д. П. Основы политологии : курс лекций. Ростов-на-Дону, 1997. 544 с.
6. Ленін В. І. Дитяча хвороба «лівизни» в комунізмі. *Повн. збір. тв.* Т. 41. С. 1–104.
7. Лисюк А. Комунікативний аспект політичного лідерства: культурологічні засади. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 99–108.
8. Пахарев А. Світа робить короля. *Політичний менеджмент*. 2005. № 6. С. 23–31.
9. Пахарев А. Теоретичні основи політичного лідерства в сучасній політичній науці. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 22–29.
10. Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию : учеб. пособие. для студ. высш. учеб. завед. 2-е изд. Москва, 1995. 320 с.
11. Рудич Ф. Політичне лідерство в країнах СНД і Балтії: загальне, особливе. *Політичний менеджмент*. 2006. № 2. С. 3–17.
12. Рудич Ф. Політичне лідерство на пострадянському просторі: методологічний контекст. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 5–14.
13. Траверсе О. Політичне лідерство і його роль в суспільно-політичних перетвореннях. *Політичний менеджмент*. 2006. № 3. С. 86–96.
14. Траверсе О. Політичне лідерство як складова процесу самоорганізації українського соціуму. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 109–117.

15. Философия вождизма. Хрестоматия по вождеведению / под ред. В. Б. Авдеева ; пер. с нем. А. М. Иванова. Москва, 2006. 608 с.

16. Цюрупа М. Військовий керівник і політичний лідер: аспекти взаємозв'язку і трансформації. *Політичний менеджмент*. 2006. Спец. вип. С. 63–72.

*Стаття надійшла до редакції 15.08.2017.*

---

### **Северинюк В. М. Социальная природа политического лидерства**

*В статье рассмотрена природа политического лидерства, в частности поведенческий аспект политического лидерства, что, по мнению автора, является основным в понимании сущности данного явления. Рассмотрено взаимодействие формальных (институциональных) и неформальных (индивидуально-психологических) составляющих политического лидерства, сделан вывод, что политическая харизма – явление не столько персонально-поведенческое, сколько продукт общественного (массового) сознания.*

**Ключевые слова:** *политический лидер, политическое взаимодействие, демократия, легитимность, формальный и неформальный статусы, политическая харизма, детерминация политического поведения.*

### **Severinyuk V. Social Nature of Political Leadership**

*The article discusses the nature of political leadership, in particular the behavioral aspect of political leadership that, in the author's opinion, is fundamental in understanding the essence of this phenomenon. In the behavior of a political leader, the circumstances that determine his appearance and activities determine his place and role in political processes, affect the content and results of activities, there is a very complex synthesis of objective and subjective circumstances. There is a systematic interaction of many factors: social, institutional formal-normative and personal, visible and hidden, personal and group, rational and emotional-psychological. In the concept of «interaction», which researchers note in determining political leadership, the first, the most important, feature and at the same time the internal contradiction of this phenomenon is seen: on the one hand, it exists as a personified form of the subject of leadership action (an individual, a human person), and on the other, the content of this form depends on the social environment, its disclosure becomes possible only through the mechanisms of collective, group behavior. The mood of social groups in relation to political leaders depends on a complex set of factors. Sometimes the change in its components and their relationships take place so dynamically, that it is difficult to be structured. However, certain basic components are always left, directly related to the living conditions of all segments of the population. These are social statuses and material and economic benefits.*

*The attention in the article is stopped on the discussion questions of subject specificity and the significance of the democratic context of political leadership, determination and legitimation of leadership behavior. The democratic aspect of leadership is based on the theoretical axiom that political leadership is impossible without such attributive features as credibility, legitimacy, public support. However, the public historical experience of many countries shows that, in certain circumstances (for example: the specifics of the situation, the manipulation of public consciousness, conditions of political struggle, etc.), a high level of public support often reach the non-democratic «leaders».*

*The interaction of formal (institutional) and informal (individual-psychological) components of political leadership is also considered, and it is concluded that political charisma is not a personal-behavioral phenomenon, but rather a product of public (mass) consciousness.*

**Key words:** *political leader; political interaction, democracy, legitimacy, formal and informal status; political charisma; determination of political behavior.*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.013

Н. Ю. БУТКОВСЬКА

### ЕТНІЧНІСТЬ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ РЕСУРС

*У статті викладено результати застосування інтерпретативної соціології в пізнанні етнічного феномену. Пріоритетність застосування неформалізованих, тобто якісних, методів дослідження зумовлена необхідністю вивчення особливостей динаміки соціального статусу етнічної групи, яка функціонує в конкретному соціальному контексті. У ході проведення емпіричного дослідження встановлено, що етнічність є соціальним ресурсом, що впливає на зміну статусних позицій членів спільноти: сприяє підвищенню соціального статусу групи в разі, коли вона посідає привілейоване становище в суспільстві, та негативно впливає на нього, коли етнічна спільнота зазнає стигматизації.*

*Ключові слова:* соціальний ресурс, етнічність, соціальний статус, якісні методи.

Процеси відродження етнічності, що охопили в другій половині ХХ ст. множинну суспільств різного рівня розвитку: від традиційних до постіндустріальних, засвідчили, що нові соціальні ідентичності (національна, громадянська, політична, професійна тощо) не здатні витіснити тих «первісних», «споконвічних» солідарностей, що стояли біля початків людської цивілізації. Та й сучасні події на пострадянському просторі свідчать, що усвідомлення належності до певного етносу, пошуки власних витоків (історії, культури, форм суспільної організації) суттєво впливають як на міждержавні відносини, так і на формування міжособистісної комунікації. Етнічна проблематика захоплює все більше коло дослідників: етнологів, етнопсихологів, етносоціологів, етнополітологів, соціальних філософів, тощо. Результат наукового осмислення цього явища – поява множини теорій, що становлять три напрями в сучасному суспільствознавстві: примордіалізм, конструктивізм та інструменталізм, які, перебуваючи в стані теоретичного конфлікту, так і не сформували єдиної теорії пояснення феномену етнічного. Саме ця обставина актуалізує дослідження проблематики етнічності як соціального ресурсу.

Відмінності теоретико-методологічних засад кожного з підходів ми спробували окреслити в попередніх публікаціях [2; 3]. Зокрема, з'ясували, що множинність інтерпретацій пов'язана із численними проявами феномену етнічного, а тому застосування пізнавальних можливостей інтерпретативної соціології, що базується на якісних методах дослідження, видається нам найбільш продуктивною в умовах, коли дослідник стоїть перед завданням осмислення реальності, що швидко змінюється. Незважаючи на те, що в західній соціології застосування якісних методів аналізу сягає кін-

ця XIX – початку XX ст. (фундаментальна емпірико-теоретична праця «Польський селянин у Європі та Америці» У. Томаса та Ф. Знанецького, дослідження міжетнічної взаємодії в межах великого міста Чигазької школи соціології), з 1960-х рр. вони набувають дедалі більшої популярності серед світової наукової спільноти, на пострадянському просторі – лише з 90-х рр. XX ст. [17, с. 23]. Методи якісного дослідження почали активно застосовувати в прикладній соціології, маркетингових дослідженнях, рекламі та у сфері політичних консультацій. Поступово з'являються вони і в академічних дослідженнях, хоча, як стверджують самі дослідники, позитивістські погляди продовжують домінувати [1, с. 15]. Ця методологія визнає за кількісними методами безумовний авторитет, вважаючи їх і лише їх достовірними та доказовими, адже вона ґрунтується на уявленнях про необхідність точної фіксації досліджуваних «фактів». Правомірність використання якісного підходу визнається, але як допоміжного [12, с. 3]. Варто зазначити, що поступово якісна методологія проторовує собі шлях у соціальних дослідженнях на пострадянському просторі. Перший навчально-методичний посібник з проведення глибинного інтерв'ю вийшов у 1993 р. та неодноразово перевидавався [1]. Особливості застосування в соціальних дослідженнях якісної стратегії розглядають у своїх працях С. Белановський, А. Готліб, Є. Ковальов та І. Штейнберг, В. Семьонова, Т. Кошечкіна та Л. Скокова [1; 6; 9; 17; 18]. З методологією аналізу людських документів знайомить Н. Козлова [10]. Піонерською роботою в застосуванні якісних методів в емпіричній соціології став проект вивчення каналів вертикальної мобільності в період значних суспільних трансформацій початку XX ст., де біографію сімей розглянуто як об'єкт соціологічного дослідження [20]. У дослідженні етнічної проблематики таким став збірник праць за редакцією В. Воронкова та І. Освальда, де узагальнено результати вивчення процесу конструювання етнічності [13]. Інтерпретативні методи в дослідженнях етнічної ідентичності застосовують Б. Вінер, Т. Гузенкова [4; 7].

Прикладів емпіричного дослідження соціального статусу етнічних груп в Україні не так багато [21]. Серед них варто виокремити дослідження динаміки основних демографічних, соціально-економічних, соціокультурних показників розвитку найбільш чисельних етнічних спільнот України за 30 років (1959–1989 рр.) Т. Рудницької [15]. Серед етнічних груп, мабуть, чи не найбільш дослідженою є етнічна спільнота росіян, яка з державотворчого етносу перетворилась на етнічну меншину в етнонаціональній структурі новоутворених держав. Вивченню статусних позицій цієї етнічної групи в Росії та за її межами присвятили свої праці російські (Ю. Арутюнян, В. Тішков, С. Савоскул) та українські (В. Городяненко, Є. Головаха, І. Кононов, О. Лой, Т. Рудницька) вчені [5; 16]. Статус росіян у південно-східному регіоні України розглядає у своєму дослідженні Л. Колісник [11].

Попередній аналіз засвідчив домінування макропідходу в дослідженнях соціального статусу етнічних спільнот та застосування кількісних

(формалізованих) методів у дослідженні динаміки. Тобто динаміка соціального статусу етнічних груп прослідковується на рівні суспільства: порівняння соціальної позиції цієї групи з позиціями інших етнічних груп, що функціонують у цьому суспільстві. У нашому дослідженні застосовано мікропідхід, який дав змогу досліджувати динаміку соціального статусу конкретної групи як локальної спільноти, яка функціонує в межах певної культури, що й визначило пріоритетне застосування неформалізованих, тобто якісних методів дослідження. Галузь якісних досліджень є досить молодою, вона ще не має загальноприйнятої назви, різні дослідники називають її якісною, гуманістичною, драматургійною або інтерпретативною соціологією. Виявлення евристичних можливостей застосування представленого підходу до дослідження етнічних явищ та процесів і буде проблемним полем цієї публікації.

**Мета статті** – виявити зв'язок етнічної ідентичності та соціального статусу етнічної спільноти.

Обрання польської спільноти Житомирської області об'єктом емпіричного дослідження було не випадковим. Ми розглядаємо її як локальну спільноту, особливістю функціонування якої є глибока вкоріненість її представників на території України, діаспорність функціонування та компактність розселення. Усі переписи радянського періоду й до сьогодні за свідчують, що найчисленніший масив поляків в Україні зберігся на території Житомирської області, на відміну від Хмельницької та Львівської, які розташовані ближче до західного кордону. Важливим моментом було обрання термінології для означення. Поляки в етнонаціональній структурі українського суспільства мають статус національної меншини, у нашому дослідженні ми послуговуємо поняттям «етнічна спільнота» як таким, що не несе негативного символізування та додаткових змістів і трактується як «сукупність людей, що являє собою окрему культурну цілісність, яка складалася історично й усвідомлює свою окремішність (тобто є носієм певної ідентичності)» [11].

Проаналізовано результати опитувань методом глибинного інтерв'ю 32 респондентів, які представляють різні покоління: дореволюційне, довоєнне, «діти війни», післявоєнне, сучасне. Кожному з поколінь надано умовну назву, яка є символом соціального контексту, у якому воно жило. Застосування мікропідходу дало змогу розглядати соціальне просування поколінь через переміщення індивіда в площині однієї родини, що фіксувалось через міжпоколінну зміну позиції, котру члени спільноти займали порівняно зі своїми попередниками за такими показниками, як: рівень освіти та етномовної компетенції, професійний рівень і рівень життя. Крім стратифікаційних характеристик, опитувальник містив ще й етнічний блок запитань, які спрямовані були на дослідження етнічної самосвідомості, етнічного самопочуття, рівня релігійності, що допомогло відстежити особливості динаміки соціального статусу етнічної спільноти.

Етнічне самопочуття, як складова самосвідомості, на основі сформованого образу «ми» виражає оцінку своєї етнічної ідентичності й залежить від соціального контексту, в якому функціонує спільнота. Відповіді респондентів на запитання: «Чи відчували Ви свою інакшість у зв'язку з тим, що були поляком (полькою)?» – були досить неоднозначними. Частина респондентів виділила ідентифікаційні ознаки: релігію та традицію (4 особи). Шестеро поняття інакшості пов'язує з відмінними від етнічної більшості рисами характеру та особистими якостями. Значна частина респондентів вказала на оціночне ставлення до своєї ідентичності – гордість (6 осіб). Однак, досить значна кількість респондентів (13 осіб) зазначили, що не вирізняють себе з-поміж інших, зауважуючи, що не вважають себе «вищими» чи «нижчими» порівняно з іншими. Для багатьох основним критерієм виокремлення своєї етнічної ідентичності є документальне свідчення, спадковість: «Я – поляк, бо так записано в паспорті», «Я – поляк, бо батько в мене і дід були поляками».

Для етнічного самопочуття характерна певна нестабільність. У ньому відображаються соціальні зміни, що відбуваються в суспільстві, зумовлені його економічним розвитком, політичним курсом, ідеологією. Для радянського періоду характерні неодноразові зміни політичного курсу стосовно поляків. За політики «коренізації» в місцях компактного проживання поляків був створений польський національний район імені Мархлевського на Житомирщині (функціонував до 1935 р.). Однак, короткий період сприятливого розвитку польської спільноти, що характеризувався піднесенням етнічності, змінився тривалою стигмацією етнічної групи. У ході дослідження встановлено зміну етнічного самопочуття представників різних поколінь спільноти, що пов'язана зі зміною соціального контексту, в якому вони жили. Представники 14 родин зазначили, що вони або їх родичі зазнавали репресій чи були розкуркулені та насильно виселені за радянського режиму. Курс на розкуркулення, що проводила радянська влада в 20–30-х рр. і був спрямований на ліквідацію приватної власності, найбільше «вдарив» саме по поляках: серед так званої сільської буржуазії (куркулів), що використовувала найману працю, значна частина була представниками польської спільноти. Поляки уособлювали не лише приватно-власницьку ідеологію, а й здатність до супротиву та незалежності (велика кількість повстань ХІХ ст.). Однак, як свідчать розповіді респондентів експропріація власності (житлові та господарські будівлі, худоба, транспортні засоби, обладнання, інвентар) була здійснена й у так званих «середняків» і бідняцьких господарствах.

Багато сімей були насильно виселені перед Другою світовою війною як народ неблагонадійний, «шкідницька нація». Респонденти зазначали, що здійснювались такі акції досить часто вночі: люди не встигали зібрати навіть найбільш необхідне в дорогу. Більшість респондентів згадують, що влада ніяким чином не пояснювала причин таких дій, а тому вважають, що це була цілеспрямована політика проти поляків, що знаходить підтвер-

дження істориків [19, с. 12]. Є свідчення, що сім'ї самі виїжджали як за межі області, так і за межі України (зокрема до Росії), щоб не потрапити до рокових списків, не зазнати гонінь. Як зазначають респонденти, визнавати себе поляком у той час означало підписати собі вирок. За підрахунками істориків, лише з Мархлевського району в 1935–1937 рр. до східних районів України й Казахстану було депортовано 10 тис. поляків [19, с. 8].

Протягом майже всього радянського періоду фіксується практика приховування свого етнічного походження через зміну імен та прізвищ, появи більшої кількості змішаних шлюбів тощо. Стигмація поширювалась майже на всі рівні функціонування спільноти. Вона не сприяла соціальному просуванню членів спільноти (вищі посади на всіх рівнях займали члени партії, для поляків поняття «католик» і «партія» були несумісні) і спричинила до втрати певною мірою контролю над сімейним приватним простором. Це виявлялось у поступовому витісненні польської мови як засобу спілкування на рівні сім'ї (з дітьми не розмовляли польською, щоб ніхто не почув), у відході від звичаїв, традицій тощо. Однак, результати дослідження свідчать, що для польської спільноти характерною була не втрата, а лише обмеження контролю над сімейним приватним простором. Стигмація спільноти на рівні суспільства не зашкодила збереженню певної автономії самооцінки в її членів на особистому рівні та на рівні групи. Великою мірою сприяла цьому католицька церква. Костел став тим центром, навколо якого гуртувались поляки, він відіграв значну роль у підтриманні соціальних зв'язків між її членами, що сприяло процесу самовідтворення спільноти.

Варто зазначити, що представників польської спільноти Житомирської області характеризує високий рівень релігійності. З усіх опитаних респондентів лише троє відповіли, що не є віруючими, серед них – представники різних поколінь: четвертого, третього, другого. Однак, рівень релігійності у всіх поколінь різний. Для представників дореволюційного та довоєнного покоління яскравою характеристикою ставлення до віри є висловлювання: «Віра – на першому місці!», «Фанатично віруюча», «Дуже набожна», «Вчили любові до Бога через молитву» тощо. Представники другого та третього поколінь («діти війни», «післявоєнне покоління») зазнали найбільшого впливу радянської ідеології, однак атеїстами себе ніхто не визнав, більшість зазначали, що залишались «віруючими в душі». Відкрите відвідування костелу в радянський період загрожувало адміністративними переслідуваннями, втратою роботи. Особливо це стосувалося респондентів, що були в той час учителями, лікарями, військовими, займали керівні посади, були членами КППС та ВЛКСМ. Все ж з 16 опитаних респондентів другого покоління 6 респондентів залишались у лоні найбільш віруючих. Незважаючи на переслідування, вони продовжували відвідувати костел, хоча й намагались цього не афішувати: їздили до костелу, що знаходився в іншому населеному пункті, ховались під час служб у натовпі тощо. Високий рівень релігійності притаманний і представникам третього покоління



(6 осіб), вони – нащадки найбільш віруючих представників другого покоління, тобто авторитет старших у родині був вагомий від суспільної думки. Не знайшла підтвердження закономірність стосовно зниження рівня релігійності пропорційно зростанню рівня освіти, що була характерна для православних віруючих радянського періоду. Однак, тенденцію до зниження рівня релігійності в поляків, що проживали дисперсно або перебували у змішаних шлюбах, слід відзначити.

Не лише зняття заборон та переслідувань за віру, а й переосмислення значення релігії в житті як окремої людини, так і спільноти сприяли поверненню значної кількості поляків до костелу. Особливо це стосується представників другого покоління, становлення та активна частина життя яких припала на радянський період: вони влилися в лави найбільш віруючих та активних членів спільноти, брали участь у відбудові костелів. Мотивом повернення для багатьох був пошук власної ідентичності. Респонденти, особливо ті, що мали вищу освіту, зазначили, що почали святкувати всі релігійні свята, готувати традиційні страви, цікавитись історією роду, вивчати мову. Досить активно у відвідуванні костелу виявилась молодь. З десяти опитаних представників четвертого покоління лише одна респондентка зазначила, що до костелу не ходить, проте підтримує традиції, святкує найбільші свята тощо. У міркуваннях респонденток стосовно бажання одружитись лише з католиком прослідковується побутування родинних установок стосовно того, що обов'язковою умовою збереження міцної сім'ї є єдність у вірі.

Матеріали емпіричного дослідження дали змогу з'ясувати, що основною ідентифікаційною ознакою польської спільноти Житомирської області є релігія. Саме під впливом релігії в поляків сформувались такі риси, як цілеспрямованість, наполегливість у досягненні цілі, стриманість, працьовитість, гоноровість, патріотичність, впевненість, точність, чесність. Респонденти зазначили, що поляки вирізняються «вишуканістю», «кращими манерами», «особливими поведками», «витонченістю», «шляхетністю». Спільне історичне минуле, коли поляки належали до панівної верстви, а українці – підвладної, вплинуло на формування стереотипу стосовно соціальної «вишесті» поляків, який продовжує функціонувати на рівні міжетнічної взаємодії та в змішаних шлюбах.

Період перебудови спричинив етнічний ренесанс поляків, у ході якого статус стигмованої етнічної групи змінився на рівноправну й таку, що в нових соціально-економічних умовах має кращі шанси для соціального просування своїх членів через зв'язки з етнічною батьківщиною (Карта поляка, стипендії уряду Польщі на навчання, кращі умови трудовлаштування). Покращення свого етнічного самопочуття із часу проголошення України незалежною державою відзначили більшість респондентів, особливо ті, що скористались із ситуації: одержали матеріальну підтримку, беруть участь у культурно-просвітницьких заходах спільноти, залучені до співпраці в різних етнічних організаціях тощо. Решта ж з опитаних вказали, що

не відчули особливих змін, крім того, що можна вільно виявляти своє етнічне походження, відвідувати костел, читати польською мовою пресу, дивитись телепрограми тощо.

Відповідь на запитання стосовно того, чи є етнічний чинник таким, що чинить вплив на досягнення успіху в сучасному українському суспільстві, була однозначною: ні! Респонденти переконані, що «зараз усі в рівних умовах», «кожен сам за себе» «не має значення, хто ти за етнічним походженням», «національність не допомагає», «ніхто не дивиться на національність», «всі рівні!», «всі в рівних умовах: платиш – і навчаєшся», «всім однаково важко», «доступ кращий тому, у кого гроші є» тощо. Зі слів респондентів, успіх залежить сьогодні від «особистих якостей людини, від освіти та можливостей», «здібностей», того, «як працюєш, яку освіту маєш», «головне – яка ти людина», «аби була голова на плечах та гроші в кишенях». Бути успішним можна, якщо «знаєш, чого хочеш і як цього досягти», «багато працюєш або маєш зв'язки», «якщо маєш гарну справу», «якщо ти – людина», «пощастить».

Останнім часом серед віруючих польської спільноти багато нарікань з приводу нововведень у костелі: запровадження служб українською та російською мовами та ще й у більш зручний час (найбільш ранні відправи розраховані на дисциплінованість і обов'язковість «справжніх католиків»), поява україномовних ксьондзів тощо. У цьому члени спільноти вбачають певну дискримінацію стосовно себе, нарікають на несправедливість: костел відновлювали на громадських засадах, тепер користуються всі. Серед найбільш ревностних захисників віри побутує думка, що «брежневські часи були кращими для спільноти, бо тоді костел був польським». Сьогодні серед членів спільноти існує побоювання того, що втрата костелу як центру гуртування поляків загрожує розмиванню етнічної ідентичності. Ідентифікація «католик – поляк», що засвідчувала не лише відмежування від інших у вірі, а й підкреслювала власну унікальність та значущість, сьогодні піддається сумніву.

**Висновки.** Застосування мікропідходу та якісних методів у дослідженні динаміки соціального статусу етнічної спільноти дало змогу долучитись до розгляду етнічних характеристик. Вони аналізуються в контексті ідентифікаційних практик, які значною мірою впливають на зміну статусних позицій суб'єкта. Етнічну ідентичність можна розглядати як характеристику, що може мати оціночний характер: позитивний у випадку належності до привілейованої етнічної групи (титульний чи державотворчий етнос, етнічна група, що має домінуючі позиції в якійсь сфері), негативний – у випадку належності до групи, що зазнає стигмації в цьому суспільстві. Адміністративний тиск та ізоляція підривають економічний ресурс родин, не дають просунутись у професійній та освітніх сферах. Політичне клеймування, що пов'язане з приховуванням власної ідентичності, призводить до знецінення власних ресурсів, втрати сприятливих соціальних відносин та контролю над приватним сімейним простором (зрада цінностей батьків:

віра, традиції, норми та цінності). Етнічну ідентичність можна розглядати як таку, що може бути вимірною: фатум чи додатковий ресурс, вона може допомагати чи заважати в процесі здійснення соціальної мобільності.

Глибина висновків нашого дослідження засвідчує, що застосування інтепретативної соціології для пізнання досить складних процесів та явищ сучасних суспільств є досить переконливим.

#### Список використаної літератури

1. Белановский С. А. Глубокое интервью : учеб. пособие. Москва, 2001. 320 с.
2. Бутковська Н. Ю. «Етнос» та «етнічність»: концептуалізація феномену етнічного російськими та українськими науковцями. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*: зб. наук. пр. Харків, 2011. Вип. 17. С. 169–174.
3. Бутковська Н. Ю. Етнічність: множинність інтерпретацій. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія*. Київ, 2012. Вип. 3. С. 41–47.
4. Винер Б. Е. Этническая идентичность у крупнейших меньшинств современного Санкт-Петербурга. *Мир России*. 1999. № 1–2. С. 227–280.
5. Городяненко В. Г. Социально-этнический статус русских в Украине: постановка проблемы. *Диалог украинской и русской культур в Украине* : материалы III конф. 1999. С. 134–137.
6. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. *Методология. Исследовательские практики* : учеб. пособие. Самара, 2002. 424 с.
7. Гузенкова Т. С. Гуманитарная интеллигенция нерусской национальности в Москве: проблема идентичности. *Мир России*. 1999. № 1–2. С. 199–226.
8. Євтух В. Б., Трощинський В. П., Галушко К. Ю. та ін. Етносоціологія: терміни та поняття : навч. посібник. Київ, 2003. С. 42.
9. Ковалёв Е. М., Штейнберг И. Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. Москва, 1999. 384 с.
10. Козлова Н. Н. Методология анализа человеческих документов. *Социс*. 2004. № 1. С. 14–26.
11. Колесник Л. А. Социально-этнический статус русских в современной Украине. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2003. С. 266–268.
12. Количественный и качественный анализ: органическое единство или автономия. *Социс*. 2004. № 9. С. 3–14.
13. Конструирование этничности: этнические общины Санкт-Петербурга / под ред. В. Воронкова, И. Освальда. Санкт-Петербург, 1998. 303 с.
14. Лісевич І. Т. Польська національна меншина в Наддніпрянській Україні (1864–1917 рр.). *Український історичний журнал*. 1997. № 2. С. 43–54.
15. Рудницька Т. М. Етнічні спільноти України: тенденції соціальних змін. Київ, 1998. 176 с.
16. Савоскул С. С. Русские нового зарубежья: Выбор судьбы. Москва, 2001. С. 35–135.
17. Семенова В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. Москва, 1998. 292 с.
18. Скокова Л. В. Біографічне дослідження в соціології. *Технології прикладних соціологічних досліджень* : навч.-метод. посібник. Київ, 2003. С. 89–91.
19. Стронський Г. Злет і падіння. Тернопіль, 1992. 34 с.

20. Судьбы людей: Россия XX век. Биографии семей как объект социологического исследования / под. ред. В. Семеновой, Е. Фотеевой. Москва, 1996. 426 с.

21. Центр соціальних експертиз та прогнозів Інституту соціології НАН України. Звіт. Росіяни, білоруси, болгары і поляки в сучасній Україні: соціокультурний потенціал та перспективи розвитку. Київ, 2001. 16 с.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2017.

---

### **Бутковская Н. Ю. Этничность как социальный ресурс**

*В статье представлены результаты использования интерпретативной социологии в познании феномена этнического. Приоритетность использования неформализованных, то есть качественных, методов исследования вызвана необходимостью изучения особенностей динамики социального статуса этнической группы, которая функционирует в пределах определенной культуры, в конкретном социальном контексте. Во время проведения эмпирического исследования установлено, что этничность выступает социальным ресурсом, который оказывает влияние на изменение статусных позиций членов общности: способствует повышению социального статуса группы в случае, когда она занимает привилегированное положение в обществе, и негативно влияет на него, когда этническая общность поддается стигмации.*

**Ключевые слова:** социальный ресурс, этничность, социальный статус, качественные методы.

### **Butkovskaja N.Y. Ethnicity as a Social Resource**

*The article presents the results of applying the possibilities of interpretive sociology to the knowledge of the phenomenon of ethnic. Taking as a basis the interpretation of the concept of «social status» within the framework of understanding sociology in the work was used micro-approach to the study of the dynamics of the social status of ethnic group, which, in contrast to the macro approach, traditionally used in this kind of research, allowed to consider the social status at the level of the individual. Under the dynamics, we understood the movement of an individual in the plane of one family, which is recorded through the intergenerational shift in the position he occupies in relation to his predecessors in terms of social indicators such as profession, level of education and level of ethnic competence. The generalization of examples of individual displacements of two or three (in some cases four or five) members of one family actually gave an opportunity to draw conclusions about the social advancement of generations and, accordingly, the whole community as a whole.*

*The effectiveness of the study was ensured by the use of a set of qualitative methods, in particular, semi-structured in-depth interviews using autobiographies with retrospective moments, document analysis and content analysis, which were used in such research tactics as «family history» and «life story». During the empirical study it was established that ethnicity is a social resource that influences the dynamics of the social status of the ethnic community. Ethnic identity can be considered as a characteristic that can be evaluative: positive in the case of belonging to a privileged ethnic group (titular or state-building ethnic group, ethnic group that has dominant positions in some sphere) negative in the case of belonging to a group subject to stigma in this society (administrative pressure, isolation, political branding). The stigma of the ethnic group, which is associated with concealing its own identity, leads to the depreciation of its own resources, the loss of favorable social relations and the control over the private family space (betrayal of the values of the parents – faith, traditions, norms and values). It can be seen as being measurable: fate or additional resource, it can help or hinder the process of social mobility.*

**Key words:** social resource, ethnicity, social status, qualitative methods.

УДК 316.4.062

Н. Ф. ВЛАСОВА

## ФУНКЦІЇ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ

*В статті розглянуті явні та латентні функції соціального інституту фізичної культури та спорту. Обґрунтовано явні функції інституту фізичної культури та спорту: соціалізаційну, культурно-ціннісної трансляції, рекреаційну, соціальної інтеграції, соціальної мобільності, змагальну, еталонну, евристично-досягальну, закріплення й відтворення суспільних зв'язків, адаптаційну, регулятивну, трансляції та комунікативну. Крім явних, соціальний інститут фізичної культури та спорту виконує певні латентні функції: реклами й соціальної диференціації, зміст яких розкрито в статті.*

**Ключові слова:** соціальний інститут, фізична культура та спорт, функції фізичної культури та спорту, явні функції фізичної культури та спорту, латентні функції функції фізичної культури та спорту.

Фізична культура та спорт є складними поліфункціональними явищами, у яких фокусуються та переплітаються соціальні процеси. Багатоплановість і багатофункціональність фізичної культури та спорту як особливої форми соціального буття індивідів і соціальних організацій дає багато підстав розглядати його як окремий соціальний інститут. Значну увагу вивченню соціальних інститутів приділяли класики соціології: М. Вебер, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, Г. Спенсер, Дж. Хоманс. Багато праць представників західноєвропейської соціології присвячено конкретним проблемам функціонування й розвитку соціальних інститутів (П. Блау, П. Бергер, Е. Гідденс, Т. Лукман, Д. Тернер, Я. Щепанський). Деякі дослідники звертаються до аналізу інституціоналізації окремих суспільних процесів або явищ, як наприклад, права, конфліктів (Л. Боссле, Н. Луман). Серед сучасних варто відзначити праці В. Биченкова, О. Васильченко, С. Войтовича, Є. Головахи, М. Лисиці, С. Макеєва, В. Матусевич, В. Оссовського, Н. Паниної, В. Пилипенка, М. Саппи, В. Тарасенка, М. Чернецького, В. Ядова, О. Якуби.

Соціологічні теорії не дають вичерпних наукових даних про функції фізичної культури та спорту як соціального інституту, які є необхідною умовою прогнозування напрямів його розвитку й прийняття управлінських рішень щодо організації діяльності як одного з найдинамічніших і значущих компонентів соціального життя суспільства. У зв'язку із цим варто зазначити, що стан функціональності фізичної культури та спорту в науковому дискурсі є недостатньо дослідженим. У цій статті предметом наукового інтересу є саме функції фізичної культури та спорту як соціального інституту.

Досліджуючи фізичну культуру і спорт як соціальний інститут, на наш погляд, варто звернути увагу на його соціальні функції, що дасть змо-

гу повніше розкрити його соціальну сутність. Видатний американський соціолог Р. Мертон, один із фундаторів структурно-функціонального аналізу, надав соціальній функції таке визначення: функції – це об'єктивні наслідки, які можна спостерігати і які сприяють адаптації або пристосовуванню соціальної системи. Крім функцій, Р. Мертон виділив також поняття дисфункцій, які, відповідно, зменшують пристосовування й адаптацію системи. При цьому функції Р. Мертон поділяє на явні (ті, що входили в наміри учасників системи) та латентні (що не були усвідомлені та до намірів не входили) [13, с. 428].

Аналіз наукової літератури надає можливість визначити такі соціальні функції інституту фізичної культури і спорту. Найбільш широко науковці досліджують *соціалізаційну функцію*. Функція соціалізації виявляється в тому, що фізична культура і спорт як соціальний інститут відіграють вирішальну роль у формуванні й розвитку особистості, у засвоєнні нею фізкультурно-орієнтованих соціальних цінностей, норм, ролей, відносин і поведінки, у реалізації особистістю свого соціального статусу [7]. Інші дослідники дещо вужче розглядають спортивну соціалізацію. Так, Л. Лубишева вивчає спортивну соціалізацію як процес входження юного спортсмена у світ спортивних норм і практик [9, с. 23]. Безумовно, така думка має право на існування та може бути застосована в спеціальних вузькоспрямованих дослідженнях, проте в межах нашої статті більш переконливим є визначення, у якому під суб'єктом спортивної соціалізації розуміється будь-яка особа, не тільки спортсмен. Так, дослідники вказують, що основними способами заняття фізичною культурою та спортом є «первинна» та «вторинна» участь; ці рівні є також способом структурування, групування людей уже в межах самого спорту. Первинною називають безпосередню фізичну участь у спортивних змаганнях і підготовку до них. Вона може бути як прямою, так і непрямою. Перша полягає в безпосередній витраті фізичної енергії, спрямованої на досягнення певного спортивного результату, її головною фігурою є спортсмен. Непряма первинна участь не пов'язана безпосередньо з фізичною участю у спортивних змаганнях. До неї залучені тренери, спортивні керівники, теле- та радіокоментатори. Вторинна участь є остаточною категорією, що включає в себе всі форми участі в спорті, що не є первинними. Пряма вторинна участь – це участь у діяльності або контролі за діяльністю, що має стосунок до спорту (володіння та адміністративне управління професійними клубами, розповідь про спортивні події зі сторінок газет та журналів тощо). Непряма вторинна участь у спортивній діяльності – це споживання подій, інформації і предметів, що належать до сфери спорту. Основною фігурою вторинної участі є вболівальник [17, с. 202]. Саме у фізичній культурі та спорті найбільш яскраво виявляються такі важливі для сучасного суспільства цінності, як рівність шансів на успіх, досягнення успіху, прагнення бути першим, перемогти не тільки суперника, а й самого себе. Безперечно, спортсмени активніше інте-

ріоризують спортивні цінності: молодь, яка займається спортом, засвідчує, що спорт формує найперші уявлення про життя і світ. Уроки, засвоєні юними спортсменами на спортивному полі, потім, як правило, допомагають у подальшому житті. Багато хто із спортсменів стверджує, що саме спорт зробив з них особистостей [11, с. 95]. Крім того, тип суспільства визначає, які саме цінності культивуються через інститут фізичної культури та спорту. Ефективність соціалізації через спортивну діяльність залежить від того, наскільки цінності фізичної культури та спорту збігаються з домінуючими цінностями суспільства й особистості. Відсутність матеріального задоволення від занять фізичною культурою та спортом часто зумовлює зміну діяльності спортсменів на професійно-кримінальну. Тому дослідники вважають, що делінквентна поведінка більше притаманна професійним спортсменам, ніж прихильникам масового спорту [2, с. 38].

Крім функції соціалізації як культурно-ціннісної трансляції, інститут фізичної культури та спорту виконує тісно пов'язану з першою *функцію формування фізичної культури* – особливої культурної галузі, що акумулює суспільні цінності, пов'язані зі здоров'ям та красою тіла. Безперечно, фізична культура та спорт як інститут не є єдиним агентом цього формування; воно відбувається як результат функціонування декількох соціальних інститутів, у тому числі ЗМІ, освіти. Сутність фізичної культури та спорту полягає в ціннісному фундаменті формування тілесності. Як вказують дослідники, формування в населення розвиненої цілісної фізичної культури та спорту вмщує в себе популяризацію комплексу форм поведінки, які націлені на збереження та зміцнення здоров'я. Цей комплекс включає такі компоненти:

1) духовний (знання про вплив спортивних навантажень на людський організм, методи контролю за станом здоров'я та рівнем фізичного розвитку, цінності й ідеали);

2) вольовий (уміння концентрувати увагу та волю в процесі організації спортивних занять, контроль за режимом і оптимальним змістом фізичного навантаження);

3) емоційний (рухова пам'ять – образи рухів, вправ, «музика тілесних рухів», суб'єктивна й об'єктивна естетика рухів тіла);

4) тілесно-рушійний (розвинені фізичні кондиції (якості), рухові навички та вміння, анатомо-морфологічні параметри тіла);

5) діяльнісний компонент (форма організації фізичних навантажень, спортивних занять) [6, с. 27].

Як не прикро, але доводиться констатувати, що в Україні сьогодні спостерігається дисфункціональна діяльність інституту фізичної культури та спорту в цьому напрямі. За даними соціологічних досліджень, тільки 10–15% дорослого населення нашої держави регулярно або ситуативно використовують фізичні вправи з метою оздоровлення. Це, вважають вчені, цілковито недостатній рівень функціонування інституту спорту [6, с. 28].

Наступну функцію соціального інституту спорту можна визначити як *рекреаційну*. Вона зумовлена місцем занять фізичними вправами в організації загального режиму життєдіяльності [15, с. 131]. Варто уточнити, що *дозвільна функція* знаходить прояв здебільшого на масовому структурному рівні інституту фізичної культури та спорту.

Ще одна вельми значуща функція спорту – *функція соціальної інтеграції*, має три взаємозв'язані сторони: консолідації цілей, переконань, інтересів, ціннісних орієнтацій особи, соціальних груп, суспільства загалом у справі фізичного й духовного вдосконалення, поєднання зусиль великої кількості людей для їх забезпечення; мобілізації, що виявляється в створенні, накопиченні та розвитку матеріальних, фінансових і духовних цінностей, професійних кадрів, необхідних для фізичного й духовного вдосконалення людей; конформності як підлеглості особистих цілей окремих індивідів цілям і інтересам інших індивідів або соціальних груп для функціонального забезпечення й розвитку конкретних організацій і установ у галузі фізичної культури та спорту.

Фізична культура та спорт справляють значний вплив на солідарність людей. На підтвердження цих слів можна навести приклад: уболівальники на стадіоні об'єднуються в єдиному пориві, вболіваючи за свою команду, незалежно від соціального статусу, расової й релігійної належності.

Фізична культура та спорт також виконують *функцію соціальної мобільності*, яка може змінити (підвищити) соціальну позицію індивіда. Цю функцію виконують, перш за все, ті види фізичної культури та спорту, які є професійними й гарантують переможцю високі прибутки та престиж. Особливо це має місце в суспільствах, у яких існують етнічно-расові відмінності, диференціація в прибутках та соціальні обмеження. Можливість заробити гроші за допомогою фізичної культури та спорту відкриває особам із низьких суспільних верств можливості для соціального зростання. Крім того, завдяки фізичній культурі та спорту у спортсмена-непрофесіонала може бути закріплена структура мотивацій, яка полегшує соціальну мобільність в інших сферах життя [4, с. 125].

*Змагальна функція*, в якій виражена основна соціокультурна сутність фізичної культури та спорту. Сутність змагальної діяльності полягає в максимальному виявленні, уніфікованому порівнянні та об'єктивній оцінці певних людських можливостей у процесі змагань, орієнтованих на перемогу або досягнення високого в особистому плані спортивного результату або місця в змаганні. А. М. Леонтюк зазначає, що в ній втілені кілька найважливіших аспектів фізичної культури та спорту, пов'язаних і з творчою активністю фізкультурників та спортсменів, і з формуванням у них необхідних вольових якостей, і з обміном спортивними результатами свого досвіду та досягнень, а також з іншими обставинами.



*Еталонна функція* виявляється в тому, що спортивні рекорди й досягнення, виконання класифікаційних норм набувають широкого визнання та слугують своєрідним показником індивідуальних і загальнолюдських можливостей. «Спортивний еталон» не залишається незмінним: він постійно змінюється, стимулюючи тим самим мобілізацію зусиль спортсменів на самовдосконалення. Еталонна функція найяскравіше виражена в спорті вищих досягнень. Однак вона реалізується через систему спеціально організованих спортивних змагань і масового спорту.

*Евристично-досягальна функція* пов'язана з тим, що для фізичної культури та спорту характерна творча діяльність, спрямова на пізнання людиною своїх можливостей, пошуком найбільш ефективних способів їх максимальної реалізації. Ця функція найбільш повно виражена в спорті вищих досягнень, оскільки на шляху до них необхідно: постійно вдосконалювати систему підготовки; шукати нові засоби й методи тренування, нові зразки найскладніших елементів техніки та тактичних рішень спортивної боротьби; постійно навчати до повної мобілізації можливостей спортсмена в змаганнях і найбільш ефективно їх використовувати на різних етапах багаторічної підготовки, щоб підніматися весь час на новий, вищий рівень спортивної майстерності.

*Функція закріплення й відтворення суспільних зв'язків*, що реалізується шляхом створення та реалізації статусних, нормативних, рольових стандартів і позицій усіх учасників.

*Адаптаційна функція* як здатність фізичної культури і спорту, їх окремих соціальних інститутів пристосовуватися до умов і вимог суспільного життя, потреб та інтересів у галузі фізичного й духовного вдосконалення членів суспільства.

*Регулятивна функція*, спрямована на створення правових, моральних, технологічних і контролюючих стандартів та механізмів нормативного або девіантного поведінки людей у процесі здійснення фізичної культури та спорту.

*Функція трансляції*, що реалізується шляхом забезпечення передачі матеріальних і духовних цінностей у сфері фізкультурного вдосконалення людей наступним поколінням для збереження наступності в розвитку фізичної культури суспільства, соціальних груп і особистості.

*Комунікативна функція*, що виявляється у створенні й розвитку специфічної інформації та способів її передачі в усіх підсистемах фізичної культури. У фізичній культурі та спорті ця функція виявляється в тому, що, перш за все, спортивна й видовищна діяльність мають колективний характер, проходять і готуються в присутності інших людей і за їх участю.

**Висновки.** Таким чином, ми охарактеризували багаторівневу структуру та різноманіття функціональних проявів інституту фізичної культури та спорту в сучасних умовах. Ще раз підкреслимо, що фізична культура та спорт як соціальний інститут являє собою організовану систему соціаль-

них норм і зв'язків, яка об'єднує значущі суспільні цінності та процедури, що задовольняють певні потреби суспільства. Соціальна сутність спорту як інституту знаходить вираз у його соціальних функціях.

Використовуючи структурно-функціональну модель Р. Мертона, ми визначили такі функції фізичної культури та спорту в сучасних умовах: соціалізаційну, культурно-ціннісної трансляції, рекреаційну, соціальної інтеграції, соціальної мобільності, змагальну, еталонну, евристично-досягальну, закріплення й відтворення суспільних зв'язків, адаптаційну, регулятивну, трансляції, комунікативну. Крім явних, соціальний інститут фізичної культури та спорту виконує певні латентні функції. До таких ми зараховуємо, насамперед, функції реклами й соціальної диференціації. Безумовно, наведений перелік не є вичерпним, і ця тема може бути розширена подальшими дослідженнями, проте, на наш погляд, запропонований комплекс функцій досить повно характеризує соціальний аспект фізичної культури та спорту. Інституціональний підхід дає змогу визначити існування тісного функціонального зв'язку між фізичною культурою та спортом й іншими соціальними інститутами суспільства: владою, економікою, освітою, ЗМІ. У періоди системної трансформації суспільства порушується інституціональна структура та спостерігається дисфункціональна діяльність інститутів.

#### Список використаної літератури

1. Алкемайер Т. Телесные практики субъективации и самоинсценировки. *Логос*. 2006. № 3 (54). С. 76–81.
2. Васильченко О. А. Девіантна поведінка осіб спортивного середовища (За матеріалами соціологічного дослідження). *Грані*. 2005. № 2. С. 37–42.
3. Веблен М. Теория праздного класса. Москва, 1984. 346 с.
4. Захаров М. А. Социология спорта: учеб.-метод. пособие. Смоленск, 2008. 218 с.
5. Зверева В. Телевизионный спорт. *Логос*. 2006. № 3 (54). С. 63–75.
6. Кнабе Г. С. Диалектика повседневности. *Вопросы философии*. 1989. № 5. С. 27–38.
7. Кривцун-Левшина Л. Н., Котляров І. В. Соціологія фізичної культури і спорту. Вітебськ, 2009. 297 с.
8. Леонтьюк А. Спорт. Социокультурные характеристики спорта в современном обществе. URL: <http://sport.ru.ru/t7.htm>.
9. Лубышева Л. И. Социология физической культуры и спорта в системе физкультурного образования. *Теория и практика физической культуры*. 1998. № 11–12. С. 20–23.
10. Лэш К. Вырождение спорта. *Логос*. 2006. № 3 (54). С. 23–40.
11. Люта Л. П. Сутність інституту спорту як агенту соціалізації. *Вісник КНУ. Соціологія. Психологія*. 2004. Вип. 15–16. С. 94–97.
12. Люта Л. П. Перспективи розвитку інституту спорту в сучасних умовах. *Вісник КНУ. Соціологія. Психологія*. 2003. Вип. 17–18. С. 90–94.
13. Мертон Р. К. Явные и латентные функции. *Американская социологическая мысль: Тексты*. Москва, 1996. С. 393–461.

14. Мирошниченко Е. А. Трансформация идентичности в эпоху модернити. *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2002. С. 234–237.

15. Основы социальной работы : учебник / отв. ред. П. Д. Павленок. Москва, 1999. 368 с.

16. Паначев В. Д. Управление социальным институтом спорта как особым феноменом. *Материалы II Всероссийской науч. конференции Сорокинские чтения-2005: Будущее России: стратегии развития*. Москва, 2005. С. 314–316.

17. Пономарев Н. И. Социальные функции физической культуры и спорта. Москва, 1974. 213 с.

18. Фурс В. Н. Глобализация жизненного мира в свете социальной теории. *ОНС*. 2000. № 6. С. 128–139.

*Стаття надійшла до редакції 20.06.2017.*

---

### **Власова Н. Ф. Функции физической культуры и спорта как социального института**

*В статье рассмотрены явные и латентные функции социального института физической культуры и спорта. Раскрыто содержание явных функций института физической культуры и спорта, а именно: социализационной, культурно-ценностной трансляции, рекреационной, социальной интеграции, социальной мобильности; составительской, эталонной, эвристично-достижимой, закрепления и воссоздания общественных связей, адаптационной, регулятивной, трансляции, коммуникативной. Рассмотрены латентные функции института физической культуры и спорта: рекламы и социальной дифференциации.*

**Ключевые слова:** *социальный институт, физическая культура и спорт, функции физической культуры и спорта, явные функции физической культуры и спорта, латентные функции функции физической культуры и спорта.*

### **Vlasova N. Functions of Physical Culture and Sport as a Social Institution**

*In the articles considered explicit and latent functions of social institute of physical culture and sport. To the explicit functions of institute of physical culture and sport it is possible to take: socialization function which consists in forming and development of personality, in mastering by her the athletic-oriented social values, norms, roles, relations and behavior, in realization of the social status personality; function of the in a civilized manner-valued translation – foresees the accumulations of public values, related to the health and beauty of body; recreational function – it is determined by the mestome of engaging in physical exercises in organization of the general mode of vital function ; function of social integration rapprochement of people and association of them promote in groups, organizations, unions, clubs on the basis of community of interests and activity on their pleasure; foresees the function of social mobility change (increase) of social position of individual; contention function, which consists in a maximal exposure, compatible comparison and objective estimation of certain human possibilities in the process of competitions, oriented to victory or achievement of high in the personal plan sporting result or place in a competition; standard function shows up in that sporting records and achievements, implementations of classification norms acquire wide confession and serve as the original index of individual and common to all mankind possibilities; heuristic-reachable function related to that for a physical culture and sport characteristic creative activity, related to cognition of the possibilities, search of the most effective methods, a man them maximal realization; function of fixing and recreation of public connections, which will be realized by creation and realization of status, normative, role-playing standards and positions of all participants; an adaptation function is foreseen by ability of physical culture and sport,*

*them separate social institutes to adapt to the terms and requirements of public life, to the requirements and interests in industry of physical and spiritual perfection of members of society; regulatory function which is sent to creation of legal, moral, technological and supervisory standards and mechanisms normative or deviant*

*Behavior of people in the process of realization of physical culture and sport.*

*– function of translation, which will be realized by providing of transmission of material and spiritual values in the sphere of athletic perfection of people by a next generation for maintenance of the following in development of physical culture of society, task forces and personality;*

*– communicative function which appears in creation and development of specific information and methods of her transmission in all subsystems of physical culture.*

*Except obvious, the social institute of physical culture and sport executes latent functions are certain. To such first of all we would take an advertising function. Another function of physical culture and sport, which can be attributed to latent, is the function of social differentiation. The sociocultural base of this function, in our view, consists in the phenomenon of demonstrative consumption.*

**Key words:** *social institute, physical culture and sport, functions of physical culture and sport, explicit functions of physical culture and sports, latent functions of functions of physical culture and sports.*

УДК 316.62:338.48

**І. В. ГРАБОВЕЦЬ**

## **ТУРИСТИЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФОРМА СПРИЙНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ОСОБИСТІСТЮ**

*У статті розглянуто можливості особистості через туристичну активність та використання різноманітних туристичних практик розширити межі власного інтерсуб'єктного світу. Стверджується, що сучасна соціальна реальність складається з багатьох видів діяльності, які дають змогу особистості самореалізуватися, а також є обтяженою великою кількістю інформації, що породжує почуття самотності та відчуженості індивіда в навколишньому середовищі. Туристична активність дає змогу особистості розширити межі власного соціального простору та позбавитися негативних емоцій у сучасному світі.*

**Ключові слова:** інтерсуб'єктивний світ, соціальний простір, туризм, туристична поведінка, туристична активність.

Соціальний розвиток відбувається і в просторі, і в часі, але координати, що визначають поєднання та зміну соціальних подій, на сучасному етапі визначаються рухом сукупної діяльності й життя людей. Сучасний світ сповнений різноманітними масштабними процесами, які докорінно його змінюють. Змін зазнають і можливості людини самостійно структурувати соціальний простір і час, створюючи власну інтерсуб'єктивну систему координат. Інтерсуб'єктивність – це той світ, у якому людина віднаходить себе, визначаючи в ньому своє місце (ролі, друзів, інтеракції тощо). Оцінка своїх життєвих шансів, розробка стратегії й тактики досягнення цілей потребують від особистості використання не лише своїх власних сил, а й дії тих суперечностей, що виникають у соціальній реальності, яка її оточує. Ці суперечності зумовлені процесами суб'єктивізації, що відбуваються в будь-якому соціумі, унаслідок чого соціальний простір ущільнюється, а соціальний час набуває нових модальностей [5].

У соціальному просторі будь-якої людини можна спостерігати достатньо типове співвідношення індивідуального «Я» та соціального «Ми». Особистість, яка входить до соціальної реальності, прагне зберегти свою унікальність, автономність, свободу, а, визначивши межі свого власного соціального простору, особистість прагне розширити їх, що призводить до ускладнення соціальної реальності, зростання соціальної напруженості. Існуючи у своєму життєво-просторовому світі, особистість використовує інтелектуальний, чуттєвий та інші ресурси соціальної реальності для власного саморозвитку та самовдосконалення.

Одним із засобів сучасного світу, який особистість може використовувати для розширення меж власного соціального простору, є туризм.

**Метою статті** є визначення особливостей побудови власного соціального простору (інтерсуб'єктного світу) людиною через туризм як один з факторів перетворення соціальної й культурної сфер життя суспільства.

Поняття «інтерсуб'єктивність» запозичене з праць німецького філософа Е. Гуссерля, що розглядав її як особливу частину (структуру) суб'єкта, завдяки якій можливе спілкування та взаєморозуміння різних, не схожих один на одного індивідів. Інтерсуб'єктивність Е. Гуссерль розумів як структуру суб'єкта, в якій його «Я» дотикається до досвіду Іншого [3].

У різний час характеристику інтерсуб'єктивного поля особистості надавали у своїх працях С. Л. Франк, В. В. Налімов, С. Гроф, К. Уїлбер, З. Фройд, Ж. Лакан, К. Г. Юнг і численні послідовники глибинної психології. У сучасній аналітичній психології (Р. Столорю, Б. Брандшафт, Дж. Атвуд та ін.) інтерсуб'єктивність вивчають як інтерсуб'єктивне поле, як центральний пояснювальний конструкт у психоаналітичній теорії та практиці. У цьому полі розглядають такі класичні явища, як трансфер, опір, конфлікт, а також помежові й психотичні стани, що виникають між суб'єктами взаємодії [2].

У працях філософів поняття інтерсуб'єктивності не перекривається поняттям соціальності, і, навпаки, обидва поняття мають самостійне значення, позаяк вони охоплюють різні аспекти буття людини у світі. Поняття соціальності фіксує вихідну включеність людської суб'єктивності в соціальний світ, що конкретизується в соціальності суб'єктивного досвіду та структурі особистості (як суспільного утворення). Поняття інтерсуб'єктивності відображає той факт, що людський індивід не є автономною істотою, а імпліцитно містить у собі соціальність як таку. Соціальність є і умовою, і результатом інтерсуб'єктивності [4].

У соціології соціальну реальність розглядають як результат взаємодії соціальних суб'єктів, тобто можна зазначити, що інтерсуб'єктивність – це певний аспект буття суб'єкта. Також ми вважаємо, що інтерсуб'єктивний світ не є простим психологічним, філософським або соціальним явищем, оскільки його сутність і динаміку не можна досягнути без діалектичної єдності.

Складність та багатоаспектність такого феномену, як туризм, зумовлює міждисциплінарний характер його дослідження. Так, туризм перебуває у фокусі уваги економістів, географів, філософів, психологів, правознавців, соціальних антропологів, соціологів тощо. Аналіз туризму в контексті інших видів соціально-просторової мобільності: міграції, подорожей подано в працях М. Белла, Г. Ворда, В. Р. Берча, А. Вентуріні, А. М. Вільямса, К. М. Холл та ін.; дослідження соціально-економічних аспектів туризму як практики споживання – у працях Н. Ванг, Д. Бурстин, Д. Мак-Кеннелла та ін.; визначення антропологічних аспектів туризму як способу пізнання культур досліджували Дж. Еш, Д. Кембел, Л. Тернер та ін.

Туризм як соціальний феномен є широкомасштабним суспільним явищем, яке з'явилося в буржуазному суспільстві в той час, коли сформувався середній клас. Як зазначає М. Шульга, умовами функціонування туризму як сучасного соціального явища є наявність у населення вільного часу, вільних коштів, а також існування в представників різних соціальних груп установок на мандри, пізнання світу та інші форми поведінки, що реалізуються в туризмі [10]. Таким чином, поняття «туризм» почало формуватися з початком масовості, тобто переміщень значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля, хоча можна з упевненістю стверджувати, що подорожі завжди були властиві характеру людини, що є, перш за все, біологічною істотою, для якої рух є невід'ємною потребою організму, а із часів посилення урбанізаційних процесів спілкування з природним середовищем усе більшою мірою стає психофізіологічною потребою.

Із часом з розвитком суспільства змінювалися напрями та обсяги основних туристських потоків, суттєвих змін набули й мотиви та потреби, що спонукають людей до мандрів. Значні масштаби й інтенсивність туризму належать, безперечно, до характерних явищ сучасного часу.

Необхідно зазначити, що сприйняття соціального простору й часу особистістю є чинником, який диференціює її стиль життя, сприяє формуванню динамічних стереотипів та адаптаційних можливостей. У сучасному світі, перевантаженому інформацією, туризм є однією з форм творчості людини, за допомогою якої здійснюється самопізнання, реалізація свого «Я», пошук соціального призначення, також туристична активність особистості сьогодні стає однією з форм боротьби за виживання, дає змогу отримувати переваги в конкурентній боротьбі з іншими соціальними суб'єктами.

Сучасний соціальний розвиток розгортається в часі у вигляді тривалих видів людської діяльності, що поєднуються між собою та змінюють один одного. Разом з тим ця діяльність «стиснута» в просторі, де вона представлена відносно стабільними структурами, кристалізована в предметних умовах життя людей, сплетена в їх безпосереднє спілкування. Туризм сьогодні стає особливою формою діяльності людей, яка дає змогу відновлювати життєву активність. Завдяки цій діяльності особистість розширює межі свого інтерсуб'єктного світу до масштабів кількох континентів або всієї земної кулі.

Науковці зазначають, що сучасна соціальна реальність існує у вигляді раціонально-егоїстичної колективності, представлена як спільність особистих соціальних просторів, консолідуючим принципом яких у більшості випадків є утилітарний інтерес [5]. Така соціальна реальність схожа на надбудови різноманітних форм, усередині яких людина відчуває свою самотність та непотрібність. Саме це змушує особистість захищатись від соціальної метушні, вдаючись до пошуку нових форм самовираження. Туризм з його широким вибором напрямів та видів стає сьогодні такою формою.

Туризм здатний не лише детермінувати, а й суттєво трансформувати людину, визначаючи її способи існування та стиль життя. Туристська свобода зумовлена світоглядними орієнтирами особи, можливістю використання нею соціального досвіду інших при досягненні власних життєвих цілей. Також туристична діяльність може бути більше, ніж просто джерелом формування різних способів соціальної реальності: це і процес самопізнання й самоствердження особистості; і спорт; і спосіб пізнання світу та розширення кругозору; і специфічний тип взаємодії культур; і спосіб відновлення психічних та фізичних сил; і зміна виду діяльності. Для кожної людини туризм сьогодні стає власним джерелом натхнення або самовираження, професійної самореалізації або формою культурного споживання.

Необхідно також зазначити, що особистість (турист) є системотвірним суб'єктом туризму з власними індивідуальними потребами та суспільними характеристиками, які й визначають тип і рівень її туристичної поведінки. Людина за своєю природою завжди мобільна. Мобільність як здатність до мандрів, туристичних пошуків виникає й змінюється під впливом суспільства, яке розвивається завдяки динаміці власних внутрішніх суперечностей. Саме пошук розв'язання цих суперечностей породжує в людини новий рівень інтересів, прагнення до задоволення нового типу потреб, створює імпульс до руху, що, зрештою, формує туристичну поведінку.

Сьогодні досить часто науковці використовують поняття туристичного простору, який визначають як територіальну туристсько-рекреаційну систему, яка включає в себе об'єкти туристсько-рекреаційного призначення [1]. Такий підхід дає змогу виявити ряд особливостей туристського простору, серед яких називають: неоднорідність (визначається якісним розмаїттям туристичних об'єктів), упорядкованість (передбачає просторову структурність та позиційність), локальність (відбиває нерівномірність розвитку туристичної сфери внаслідок просторової диференціації туристських ресурсів), мінливість (здатність до змін туристської системи загалом і туристичних потреб людини окремо) [Там само].

За типами туристичної діяльності та індивідуальної туристичної поведінки виділяють такі типи туристичного простору:

– простір туристичної експлорації, де проявом туристичної діяльності особистості є відкриття маловідомих територій та відсутність тривалих туристичних інвестицій;

– простір туристичного проникнення, в якому домінує такий прояв туристичної поведінки індивіда, як пізнання, краєзнавча діяльність та короткочасний відпочинок;

– простір туристичної асиміляції, в якому проявом туристичної активності людини є пошук і налагодження контактів з місцевим населенням, знайомство з умовами життя, звичаями, культурою тощо;

– простір туристичної колонізації, у якому відбувається тривале туристичне облаштування нових територій, зміна їх первинного використан-



ня; туристична поведінка тут пов'язана з виникненням пансіонатів, будинків відпочинку, таборів та інших об'єктів туристичного сервісу;

– простір туристичної урбанізації, в якому домінують такі прояви туристичної діяльності людини, що приводять до перетворення сільських територій на території міського типу [1].

Туристський простір неоднорідний, він включає в себе різні види підпросторів, у тому числі рекреаційний простір індивіда чи групи, простір певного виду туристсько-рекреаційної діяльності, простір окремих компонентів туристсько-рекреаційної системи тощо. Виходячи з такої неоднорідності, науковці виділяють такі властивості туристичного простору: гетерогенність та комплексність, відкритий характер щодо інших видів простору, цілісний характер складових елементів, сезонність функціонування, ієрархічний характер територіальної організації, динамічні процеси [8].

Останнім часом інтерпретативний контекст туристичної діяльності суттєво розширився, по-перше, через мотиваційне різноманіття, проникнення у сфери освіти й науки (науковий туризм, стажування в закордонних університетах, культурні обміни), бізнесу (організація зустрічей персоналу транснаціональних корпорацій у певній дестинації, шопінг-тури), релігії (організовані паломницькі тури) тощо; по-друге, через ускладнення діяльного контексту реалізації, зокрема фізичного здійснення набувають віртуальні та уявні схеми (наприклад, подорож через Інтернет). Завдяки механізмам культури, виховання, освіти, що реалізуються через туристичну діяльність, людина навчається одразу рефлексивно співвідносити тимчасове з вічним, а іманентне – з трансцендентним. І чим більшою виявиться дистанція між іманентним та трансцендентним, тим більш багатим буде вибір можливостей соціального буття (реальності), відкритий перед людиною, а отже, і більш багатим буде її інтерсуб'єктивний світ.

У сучасному світі туристична діяльність представлена різноманітними практиками. У контексті туристичного прочитання соціального простору йдеться про здійснення змін, що відбуваються з останнім під безпосереднім впливом практик споживання соціального простору туристами. Тобто туристичні практики науковці трактують як дії, скеровані на зумисне та незумисне (пере)творення соціального простору [6]. Туристичні практики передбачають використання різноманітних соціальних конструктів соціального простору як ідей, що сприймаються як очевидні тими, хто приймає їх, при цьому вони залишаються винаходом або штучно створеним культурним артефактом, що належить певній культурі або спільноті. Туристи виявляють вибірковість стосовно соціальних конструктів, вибираючи одні й відкидаючи інші [Там само].

**Висновки.** Туризм сьогодні вчені розглядають як засіб міжособистісних комунікацій та соціалізації [9]. Узагальнюючи вищезазначене, ми пропонуємо інтерпретувати туризм не просто як механізм освоєння різних видів зовнішнього простору (географічного, культурного, соціального, по-

літичного), а як простір спілкування, комунікації, людської діяльності. Простір, що визначається великою кількістю чинників та обставин, у тому числі інтересами, ціннісними орієнтаціями, помислами, потребами, закономірностями, випадковостями. І хоча соціальність суб'єкта типова, вибір туристичних практик є унікальним для кожної особистості, оскільки він зумовлюється її чуттєво-духовним світом. Розгортання сил та здібностей індивіда на цій основі відкриває йому шлях до пізнання багатомірних відносин соціальної реальності. Через туристичні захоплення людина будує власну мікросоціальну реальність (інтерсуб'єктний світ) – це соціальний простір невеликої кількості контактуючих між собою особистостей. Такі об'єднання дають людині відчуття єдності, гармонії, що сприяє цілісній самореалізації особистості, гуманізації соціальних відносин.

Таким чином, можна зробити висновок, що туризм сьогодні слід розглядати не лише як індустрію відпочинку, а й крізь призму інтерсуб'єктного світу особистості.

#### **Список використаної літератури**

1. Артемова Е. Н., Козлова Е. И. Основы гостеприимства и туризма : учеб. пособие. Орел, 2005. 116 с.
2. Боровицкая Е. Н. Интерсубъективная сущность архетипа как проблема практической феноменологии (в поисках универсальной методологии исследования). *Символическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях* : материалы междунар. науч.-практ. конф. 5–6 марта 2011 г. Пенза ; Прага, 2011. С. 26–39.
3. Гуссерль Э. Картезианские размышления / пер. с нем. Д. В. Скляднева). Санкт-Петербург, 1998. 315 с.
4. Донченко О. А. Интерсуб'єктність як субособистість дорослої людини. *Психологія особистості*. 2013. № 1 (4). С. 47–57.
5. Кемеров В. Е. Полисубъектная социальность и проблема толерантности. *Толерантность и полисубъектная социальность* : материалы конф. Екатеринбург, 2001. С. 12–19.
6. Козлова І. Туристичні практики «споживання» міського простору: пропонуване та реальне (приклад Львова). *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2013. Вип. 19. С. 385–389.
7. Мажар Л. Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа. *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2014. № 1. С. 16–23.
8. Пирожник И. И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации. *Туризм и региональное развитие*. Смоленск, 2006. Вып. 4. С. 136.
9. Соляник С. Ф. Соціокультурні комунікації в туризмі. *Філософія туризму*. Київ, 2004. 268 с.
10. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм. *Соціальний ареал життя особистості*. Київ, 2005. С. 197.

*Стаття надійшла до редакції 18.07.2017.*

---

#### **Грабовець І. В. Туристическое поведение как форма восприятия социального пространства личностью**

*В статье рассматриваются возможности личности через туристическую активность и использование различных туристических практик расширить границы собственного интерсубъектного мира. Утверждается, что современная социальная реальность состоит из многих видов деятельности, которые позволяют личности са-*

мореализоваться, а также она, отягощенная большим количеством информации, порождает чувство одиночества и отчужденности индивида в окружающей среде. Туристическая активность позволяет личности расширить границы собственного социального пространства и избавиться от негативных эмоций в современном мире.

**Ключевые слова:** *интерсубъектный мир, социальное пространство, туризм, туристическая поведение, туристическая активность.*

### **Hrabovets I. Travel Behavior as a Form of Social Space Perception Personality**

*In the article the author explores the possibilities of the individual through the use of tourist activity and the use of various tourist practices expand own intersubjectivity world. The author argues that the modern social reality consists of a set of activities that allow the identity of self-actualization. This reality also overloaded with lots of information. All together creates a sense of loneliness and uselessness to the individual in surrounding social space. Tourist activity allows personality to expand the boundaries of your own social space and get rid of negative emotions.*

*Social perception of space and time personality is a factor that differentiates lifestyle contributes to create dynamic stereotypes and adaptive capabilities. In today's world, tourism is one of the forms of human creativity, using which self-knowledge, self realization, search social purpose. Also the tourist activity has now become a form of struggle for survival, allows you to gain an advantage in the competitive struggle with other social actors.*

*Travel's freedom due to ideological guidelines of the individual, the ability to use others social experience while achieving their own life goals. The author offers to interpret tourism not just as a mechanism for knowledge of different types of external space-geographical, cultural, social, political, and how space: space communication, communication, human activity.*

*Selection of tourist behavior is unique for each person, because it was due to her sensual-spiritual world. Expand the powers and abilities of the individual on that basis opens the way for him to know the multidimensional relations social reality. Through travel hobby man builds his own microsocial reality (intersubjectivity world) is a social space of a small amount of contact between them. These connections give a person a sense of unity, harmony, which contributes to the integral self-fulfillment, humanizing social relations.*

*The author concludes that tourism today should be seen not only as the Industry leisure and entertainment, but also through the prism of intersubjectivity the world.*

**Key words:** *intersubjectivity world, social space, tourism, travel behavior, travel activity.*

УДК 316.013

А. Г. ЖЕРДЕЦЬКА

## ОСНОВНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

*У статті розглянуто соціально-екологічні ризики сучасного суспільства. У ній розкрито питання взаємозв'язку та взаємовпливу соціального й природного середовища в інформаційному суспільстві, а також особливості соціально-екологічної проблематики в міжнародному дискурсі. Основну увагу приділено питанню інтерпретації соціально-екологічних ризиків у соціології та ключовим соціально-екологічним ризикам суспільства як у сучасних умовах, так і в найближчій перспективі.*

**Ключові слова:** ризик, соціальний ризик, соціально-екологічний ризик, соціально-екологічне дослідження, зміна клімату, дефіцит природних ресурсів.

Сучасне суспільство функціонує в умовах перманентного ризику, адже кількість загроз, здатних тією чи іншою мірою вплинути на його функціонування, зростає щороку. У таких умовах особливого значення набуває проблема комплексного визначення та оцінювання ризиків – як самої ймовірності настання несприятливої події, так і її ймовірних наслідків [8].

Серед найзначніших ризиків сучасного суспільства окремо варто виділити соціально-екологічну групу, адже людина в процесі своєї діяльності створила безліч серйозних проблем і загроз навколишньому середовищу. Особливо відчутним це стало протягом останнього століття, адже за цей час суттєвих змін набули як кількість проблем, пов'язаних з екологією планети, так і їхня якість. Наразі можна впевнено спостерігати чіткий взаємовплив природи й суспільства, адже соціально-екологічні проблеми та ризики виникають у результаті господарської діяльності людства, і лише людство може їх вирішити, у процесі цього створюючи нові соціальні процеси, рухи та практики.

Дослідження проблематики поточних та прогнозованих соціально-екологічних ризиків є невід'ємною умовою розвитку суспільства на сучасному етапі. При цьому варто чітко усвідомлювати, що екологічні ризики не можна розглядати відокремлено від соціальної сфери. Цей факт зумовлює необхідність долучення фахівців-соціологів до екологічних досліджень на емпіричному рівні, а також потребує чіткої концептуалізації соціально-екологічної сфери знання та її понятійного апарату від фундаментальної науки.

Серед зарубіжних і вітчизняних авторів, що займалися соціально-екологічною проблематикою, необхідно згадати А. Наесса, Р. Атфілда, А. Хоулі, У. Каттона, Р. Е. Данлопа, М. Букчина, Д. Марковича, В. Хьосле, О. Н. Яницького, І. А. Сосунову, Ф. І. Гіренка, В. П. Селедець, С. І. Коженкову, Г. О. Бачинського та ін. Дослідженням наявних та прогнозуванням

імовірних соціальних ризиків регулярно займаються провідні міжнародні організації (Світовий економічний форум, ООН тощо). Крім того, соціологічні дослідження, присвячені різним аспектам соціально-екологічної ситуації та особливостям впливу екологічних проблем на суспільство, регулярно проводять різні регіональні центри в більшості розвинених країн світу (New Compass, Ecologie Sociale, Social Ecology London, Soziale Okologie Frankfurt am Main, Institute of Social Ecology, Фонд «Соціальна Екологія» тощо). Проте, в Україні соціально-екологічна проблематика представлена доволі обмеженим числом досліджень (С. Д. Дерябо, С. Д. Максименко, В. І. Панов, В. О. Скребець, Л. В. Смолова, А. М. Левочкіна, І. А. Шмелева та ін.).

Вивчення проблем, пов'язаних з оцінюванням наявних та прогнозуванням імовірних соціально-екологічних ризиків, а також ступеня їх впливу на суспільну життєдіяльність та сприйняття таких ризиків населенням, є невід'ємним компонентом сталого розвитку суспільства в умовах сьогодення. Враховуючи беззаперечний факт взаємозв'язку та взаємовпливу природного й соціального світів, такі дослідження потрібно проводити із залученням фахівців соціологічної науки. При цьому важливе значення має концептуалізація самого феномену соціально-екологічних ризиків у сучасній соціології.

**Метою статті** є розкриття поняття соціально-екологічного ризику та огляд основних соціально-екологічних ризиків сучасного суспільства.

Наукова рефлексія феномену ризику бере свій початок ще в античну добу, коли його розглядали як явище, супутнє будь-якій невизначеності в процесі прийняття рішення. У християнській традиції за умови господарювання ідеології провіденціалізму чітко визначеного поняття ризику не було, а сам термін почали активно вживати лише наприкінці Середньовіччя – на початку Нового часу. Дослідження проблематики ризику, соціального ризику та соціально-екологічного ризику як різновиду останнього стало набувати актуальності, починаючи з ХХ ст., що суттєво розширило предметну область ризику – до неї увійшли глобальні військові конфлікти, застосування ядерної енергії, терористична загроза, маніпулювання генами, екологічна криза тощо. Саме в цей час науковці усвідомили необхідність детальної розробки проблематики ризику. Вивчення ризику, таким чином, є доволі молодою галуззю знання, тому перед дослідниками постають проблеми відсутності чіткого загальноприйнятого визначення та класифікації, а також суттєвої різниці наукових підходів до дослідження проблематики ризику [2].

Існує декілька різних підходів до визначення поняття ризику, який можна розглядати як процес вибору варіантів дії в ситуації невизначеності, як дію навмання в сподіванні на щасливий результат або як імовірність настання небажаних наслідків тієї чи іншої події. Синтезоване визначення характеризує ризик як дію, спрямовану на досягнення мети та пов'язану із

загрозою втрати або як характеристику діяльності, що включає невизначеність кінцевого результату та настання негативних наслідків у випадку провалу [2].

Усі ризики, з якими стикається людське суспільство на сучасному етапі свого розвитку, можна поділити на дві групи: природні ризики, що пов'язані зі змінами в навколишньому середовищі під впливом природних процесів і явищ та не залежать від людської діяльності, та соціальні – ризики порушення нормального стану суспільства в цілому або окремих сфер його життєдіяльності внаслідок людської активності. До останніх також належать соціально-екологічні ризики, що перебувають на грані між природними та соціальними й визначаються як імовірність настання несприятливої для природного та соціального середовища події, викликаной негативним впливом людської діяльності, надзвичайними ситуаціями техногенного характеру.

Особливого соціального впливу такі ризики набувають саме в умовах інформаційного суспільства, адже зростання швидкості та інтенсивності як обміну інформацією, так і спричинених цим соціальних змін гарантує все більш активне залучення представників різних соціальних груп до вирішення соціально-екологічних проблем та подолання криз, що виникають також унаслідок людської діяльності [1].

Соціально-екологічні ризики сьогодні активно досліджують як провідні міжнародні організації на кшталт WEF та UN, так і регіональні центри та спілки. Спираючись на результати таких досліджень, можна виділити ряд соціально-екологічних ризиків, які, на думку експертів, найбільше загрожують суспільству на сьогодні та в найближчій перспективі.

Найбільш гострою соціально-екологічною проблемою вважається зміна клімату внаслідок економічно-господарської діяльності людського суспільства. Потенційна нездатність пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації до неї вважається наразі найбільш впливовим ризиком. За нею йдуть імовірна криза питної води, втрата біорізноманіття та колапс локальних екосистем. Соціально-екологічні ризики, пов'язані зі зміною клімату, наразі перейшли з категорії гіпотетичних до цілком реальних, оскільки тих заходів, що були здійснені міжнародною спільнотою для їх вирішення, на сьогодні виявилось недостатньо [8].

Екстремальні погодні умови та соціальна нестабільність розглядаються як проблеми як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі, що дає змогу говорити про тенденцію зростання частоти та інтенсивності криз [9].

Довгострокові занепокоєння більше пов'язані з основними фізичними й соціальними тенденціями, такими як згадана вище нездатність пом'якшення та адаптації кліматичних змін, водних криз і харчових криз, імовірного дефіциту природних ресурсів загалом [8].

Проблема дефіциту природних ресурсів щороку набуває дедалі чіткіших контурів. Кількість ресурсів, необхідних для задоволення всіх потреб сучасного суспільства, постійно зростає, і цей факт викликає труднощі у сфері охорони природи й раціонального використання природних ресурсів. Згідно з результатами доповіді «Перспектива – 2050», підготовленої за результатами проведеного у 2013 р. міжнародного дослідження, у якому взяли участь понад 300 експертів з різних галузей суспільства, саме проблема дефіциту природних ресурсів стане основним викликом протягом декількох наступних десятиліть [5].

Проблема майбутнього дефіциту природних ресурсів є однією з найбільш гострих саме внаслідок її соціальної природи. Можливість дефіциту викликана не тільки й не стільки обмеженістю ресурсів планети як таких, а й суто соціальною тенденцією до зростання суспільного споживання. У світі з обмеженими ресурсами зростання населення не є основною причиною можливого виходу за межі, адже будь-яка кількість населення здатна повністю вичерпати ресурси, відмінність полягає лише в тому, скільки на це знадобиться часу [4]. Набагато важливішою загрозою стала сама модель споживання – прагнення до постійного зростання, що є повною мірою соціальним конструктом. Закріплена в сучасній суспільній культурі як одна з основоположних її цінностей (прагнення до успіху), тенденція безперервного й постійного зростання невпинно веде до глобальної суспільної кризи.

**Висновки.** Дослідження проблематики ризику, соціального ризику та соціально-екологічного ризику як різновиду останнього має велике значення на сучасному етапі розвитку суспільства. Соціально-екологічні ризики, що являють собою ймовірність настання несприятливої для природного та соціального середовища події, викликані негативним впливом людської діяльності, надзвичайними ситуаціями техногенного характеру, набувають особливого впливу в умовах інформаційного суспільства.

На сьогодні регулярні дослідження соціально-екологічних ризиків є визначеною необхідністю, що доводить досвід розвинених країн та провідної світової спільноти. Найбільш небезпечними для суспільства соціально-екологічними проблемами світові експерти вважають зміну клімату та нездатність адаптації до неї, а також дефіцит природних ресурсів. Проблема дефіциту природних ресурсів посилюється тим, що вона викликана соціально прийнятною тенденцією до зростання суспільного споживання.

Подальші дослідження соціально-екологічних ризиків та екологічної проблематики загалом у сучасному суспільстві повинні реалізовуватися, зокрема, за допомогою соціологічних методів та із залученням фахівців-соціологів. Предметом дослідження можуть бути ймовірність настання конкретного соціально-екологічного ризику, його вплив на суспільну життєдіяльність та ступінь такого впливу, різні аспекти поточної екологічної ситуації тощо.

### Список використаної літератури

1. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / пер. с нем. А. Ю. Антоновского, Г. В. Гороховой, Д. В. Ефременко и др. Москва, 2010. 248 с.
2. Зубков В. И. Риск как предмет социологического анализа. *Социологические исследования*. 1999. № 4. С. 3–9.
3. Никитин С. М., Феофанов К. Л. Социологическая теория риска в поисках предмета. *Общественные науки и современность*. 1992. № 4. С. 45–47. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/223/712/1231/020.NIKITIN.pdf>.
4. Медоуз Д., Рангерс Й., Медоуз Д. Пределы роста. 30 лет спустя / пер. с англ. Е. С. Оганесян. Москва, 2007. 342 с.
5. Перспектива – 2050: новая политико-экономическая карта мира / Международное исследование Фонда «Посткризисный мир». 2013. 128 с. URL: [http://posterisisworld.com/files/perspektiva\\_2050\\_fin.pdf](http://posterisisworld.com/files/perspektiva_2050_fin.pdf)
6. Climate Change 2014: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change / ed. by The Core Writing Team, R. K. Pachauri, L. A. Meyer. IPCC, Geneva, Switzerland, 2015. 151 p. URL: [http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/SYR\\_AR5\\_FINAL\\_-full\\_wcover.pdf](http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/SYR_AR5_FINAL_-full_wcover.pdf).
7. Niklas Höhne, Takeshi Kuramochi, Sebastian Sterl, Sofia Gonzales-Zuñiga. The Business End Of Climate Change. 2016. 24 p. URL: <https://static1.squarespace.com/static/575ecca7b654f9dd886dec23/t/576c39fdd2b857d28be73608/1466710526653/The+Business+End+of+Climate+Change.pdf>.
8. The Global Risks Report 2016, 11th Edition / published by the World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2016. 103 p. URL: [http://www3.weforum.org/docs/GRR/-WEF\\_GRR16.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GRR/-WEF_GRR16.pdf) – Title from screen.
9. The Global Risks Report 2017, 12th Edition / published by the World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2017. 78 p. URL: [http://www3.weforum.org/docs/GRR17\\_Report\\_web.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GRR17_Report_web.pdf).

Стаття надійшла до редакції 02.08.2017.

---

### **Жердецкая А. Г. Социально-экологические риски информационного общества**

*В статье раскрываются социально-экологические риски современного общества. Рассматриваются вопросы взаимосвязи и взаимовлияния социальной и природной сфер в информационном обществе, а также особенности социально-экологической проблематики в международном дискурсе. Основное внимание уделяется вопросу социально-экологических рисков в социологии и ключевым социально-экологическим рискам общества на данный момент, а также в ближайшей перспективе.*

**Ключевые слова:** *риск, социальный риск, социально-экологический риск, социально-экологическое исследование, изменение климата, дефицит природных ресурсов.*

### **Zherdetskaya A. Socioecological Risks of the Information Society**

*The article is devoted to the environmental risks problem in nowadays society. The permanent risk essence of the today's society is revealed along with the existing need for complex definition and assessment of risks in modern science. The essence of interconnection and mutual influence of social and natural areas in informational society as well as the characteristics of socio-ecological sphere and its key problems are examined.*

*A special emphasis is made on substantiating the need for regular and thorough sociological researches of the current and forecasted socio-ecological state and of the various aspects of the impact of socio-ecological risks on society's activity due to distinct*



*sociological nature of the environmental problems studying in modern society. The need for implementing sociological methods in environmental researches is explained.*

*The article reveals the history of the risk concept in sociology. It presents the analysis of the existing definitions of «risk», reveals the interrelation of the concepts of «risk», «social risk» and «environmental risk». The article also provides the definition of the environmental risks. A special social impact of the environmental risks on information society is explained.*

*The results of regular international researches devoted to the global risks problem are examined. The most significant environmental risks to date are revealed. The tendency of increasing the frequency and intensity of ecological crises is stated. Long-term concerns related to major physical and social trends are revealed. The problem of shortage of natural resources and its societal nature is explained.*

*The need of further research on environmental risks and issues in modern society is implemented. An emphasis is placed on the need for sociologists to take part in environmental researches. The possible subjects of the environmental researches are given.*

**Key words:** *risk, social risk, environmental risk, environmental research, climate change, shortage of natural resources.*

## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА: ТИПОЛОГІЯ ТА ПРИКЛАДИ СТЕРЕОТИПНИХ ПІДХОДІВ ДО ЇЇ ПОЯСНЕННЯ

*Переклад з польської мови А. С. Лобанової*

У статті подано авторський аналіз різноманітних теоретичних підходів до розуміння структури організації. Проаналізовано типи організаційних структур, які виокремлюють учені Г. Мінцберг (H. Mintzberg), М. Бієльські (M. Bielski), Л. Кжижанівські (L. Krzyżanowski). З'ясовано переваги та недоліки запропонованих названими вченими типів організаційних структур. Зроблено акцент на поясненні суперечностей і вад стереотипних підходів до пояснення організаційних структур сучасних фірм і підприємств.

**Ключові слова:** організація, структура, система, менеджмент, підрозділ, відносини, колектив, керівний персонал, працівники.

Сучасні організації, щоб сформувати й утримувати свої конкурентоспроможні позиції на ринку, а також гнучко розвиватися в часі, враховуючи зміни в їх оточенні, які постійно прискорюються, повинні безперервно вдосконалювати свою внутрішню та зовнішню діяльність. Як свідчить М. Доліньска (M. Dolińska), еволюціонуючи в часі, організації постійно вчаться на підставі власного досвіду й досліджень, до яких долучаються, спостерігаючи за діями інших людей і організацій, а також аналізуючи доступні джерела інформації та знань; накопичують здобуті знання, застосовуючи їх для інтелегентного розвитку [3, с. 5].

Надзвичайно важливо, щоб під час зазначених процесів, що пов'язані з удосконаленням усіх просторів діяльності, не ігнорувалася необхідність пристосування організаційної структури до змінюваних реалій. Тому **метою цієї статті** є характеристика організаційних структур, а також наведення прикладів їх помилкового тлумачення.

Аналізуючи поняття організаційної структури, можна погодитися з думкою Л. Кжижанівські (L. Krzyżanowski) про те, що це «сукупність взаємопов'язаних між собою відносин, що охоплює перш за все відносини і взаємовпливи різноманітних типів, що очікуються й відбуваються всередині між організаційними частинами (підрозділами)» [8, с. 173]. На увагу заслуговує дефініція, наведена в «Малій енциклопедії праксеології і теорії організації», яка визначає структуру як «сукупність визначених відносин, що відбуваються між елементами упорядкованого предмета (системи), незалежно від якості тих елементів і без погляду на те, якими вони» [11, с. 233]. В. Йермакович (W. Jerzakowicz) вважає, що організаційна структура – «це відносини певної кількості елементів – частин, що взаємноінтегровані й пов'язані однаковою мірою як у вертикальному, так і в горизон-

тальному порядку» [6, с. 11]. У свою чергу, Я. Зеленецькі (J. Zieleniewski) розглядає це поняття під кутом статичності й динамічності, визначаючи структуру як «сукупність відносин між частинами якоїсь цілісності, а також між ними й цілісністю» [5, с. 270]. Зокрема, він стверджує, що статична організаційна структура розглядається, передусім, у розчленовуванні інституцій, тобто в поділі організаційних частин на менші, аж до організаційних осередків. Розчленовування організаційних частин структури виявляється головним чином у розчленовуванні колективів. Натомість, організаційна структура, що розглядається як динамічна, «визначає ряд функцій, здійснюваних працівниками, працевлаштованими в окремих організаційних осередках» [5, с. 370, 398].

У широкому розумінні структура організації складається з елементів організації (різних частин, організаційних осередків), а також зв'язків між ними. Структура одночасно поєднує й ділить організацію [4, с. 9]. Структура є поняттям багатозначним, тому її можна розглядати не тільки під кутом організації, але, між іншим, і алгебри. Так, у цій галузі науки структура визначається як цілісність вищого порядку, а також використовується твердження про те, що «структури описують конструкції об'єктів цієї теорії за допомогою певних якісно схарактеризованих об'єктів основних типів» [4, с. 3].

Існують різноманітні поділи організаційних структур. Зокрема, Г. Мінцберг (H. Mintzberg) у своїй концепції описує п'ять типів структур:

1. Проста структура. Виникає, коли стратегічна верхівка фірми (так зване головне керівництво фірми, особи, відповідальні за формулювання й реалізацію стратегії в організації) прагне до централізації влади, у результаті чого в руках цієї частини організації будуть сконцентровані уповноваження й ухвалення рішень.

2. Структура дивізійна, яка виникає, коли середній щабель, тобто лінійні керівники, прагнуть до «балканізації», тобто до досягнення автономії через передачу їм частини уповноважень і ухвалення рішень від стратегічної верхівки. Якщо ця тенденція є сильною, то в організації можуть з'явитися відносно автономні частини (відділи).

3. Так звана фахова бюрократія, яка виникає, коли операційний кістяк (так звані працівники, відповідальні за виконання основних функцій фірми) прагне до професіоналізації праці, а точніше, до максимальної самостійності (мінімального впливу адміністрації). У такому разі праця вимагає великих умінь і знань.

4. Механічна бюрократія виникає тоді, коли техноструктура (тобто провідні працівники, які займаються проектуванням, створенням і актуалізацією стандартів, пов'язаних з діяльністю фірми) прагне до стандартизації, а точніше, до врегулювання праці в організації. Таке врегулювання на практиці дало б членам техноструктури реальну владу й вплив на організацію (горизонтальна децентралізація).

5. Адхократія, у свою чергу, виникає, коли допоміжний персонал (так звані працівники, які безпосередньо не заангажовані в реалізації мети фірми) прагне до кооперації, зокрема до того, щоб його включали в процеси ухвалення й прийняття рішень [цит. за: 7, с. 60].

Дещо інший поділ структур пропонує М. Бієльські (M. Bielski). Він виокремлює три групи організаційних структур: а) ієрархічні; б) посередні; в) органічні. Ієрархічні структури засновані на механістичній концепції системи менеджменту. Найчастіше прикладним критерієм типології цих структур є тип зв'язку між елементами організації, що домінує. У межах цих структур можна виділити лінійну, функціональну, а також штабно-лінійну структури. Лінійна структура заснована головним чином на принципах одноосібності керування, посиленні службових зв'язків, покладенні всієї сфери уповноважень і відповідальності на керівників на всіх щаблях. Це означає, що кожен учасник організації підпорядкований лише одному керівнику [1, с. 215].

Наступним видом ієрархічних структур є функціональна, провідною ознакою якої, як підкреслює М. Бієльські, є функціональна спеціалізація керівників, рівнопідпорядкованість службових і функціональних зв'язків, а також відторгнення засади одноособності керування. Вона знайшла практичне застосування у введеній Ф. Тайлором системі виробничого менеджменту. У свою чергу, структура штабно-лінійна (третій вид ієрархічних структур), заснована на перевазі відносин ієрархічної підпорядкованості й службових зв'язків. Зберігається також одноособність керування [1, с. 215].

Друга група структур, яку виокремлено М. Бієльські, – посередні. У межах цих структур можна відокремити дивізіональну й підставову (базову) структури. Структура дивізіональна має широке застосування, перш за все, у великих економічних організаціях. Завдяки існуючим у ній принципам (різноманітний поділ завдань, уповноважень щодо ухвалення рішень, відповідальності самостійних підрозділів перед головною фірмою) управління організацією стає значно простішим. Вона також здатна реагувати на потреби оточення [1, с. 215].

Структура підставова (базова), у свою чергу, свідчить про безупинний розвиток організаційних структур. Вона допускає можливість зміни колективів, які були сформові трохи раніше, а також засновує модифікацію завдань, поставлених перед членами організації. Її застосування рекомендоване, перш за все, там, де діяльність організації має характер заснування певних справ, які мають свій виразний початок і кінець, наприклад, будівництво якогось об'єкта, проектні роботи тощо. Подібно до дивізіональної структури, вона знаходить широке практичне застосування, головним чином, у високорозвинених країнах [1, с. 215].

Третій тип структур – органічні (ситуативні). Їх головною метою є надання організації максимальної гнучкості й здатності до пристосовування до змін у безпосередньому оточенні, особливо технічному та ринково-

му. До загальних засад, як зазначає М. Бієльські, на яких заснована ця структура, можна віднести, зокрема: змінний поділ завдань, розосередження влади в організації, наднизький ступінь формалізації – поле свободи в членів організації тут доволі значне. Вищевказані структури виступають у двох формах: колективних структур і «чистих» органічних структур [1, с. 216].

Звісно, основою колективної структури є, перш за все, створення спеціалізованих колективів (робочих груп) (самокеруючих, інтерфункціональних), які здатні розв'язати важливі проблеми в організації або запроваджувати значні інновації. Для досягнення цього в колективі мусять бути створені належні відносини, перш за все, орієнтовані на творчість, високі амбіції й гармонійну працю. Тому вкрай важливою є роль керівника такого колективу, який головним чином його інтегрує (через використання техніки творчого мислення, групове розв'язання проблем, що з'являються), а також координує процес праці.

Органічні структури, у свою чергу, забезпечують максимальну гнучкість організації, обмеження до необхідного мінімуму її основних елементів: головного керівництва, а також декількох допоміжних штабних і адміністративних підрозділів. Решта має характер обговорюваних вище спеціалізованих колективів, члени яких підібрані керівниками (лідерами) однаковою мірою як з числа учасників організації, так і з числа фахівців не з її оточення. Отже, у них, на відміну від підставових (базових) і колективних структур, немає постійних призначень і гарантій працевлаштування. До основних переваг цієї структури можна зарахувати згадану вже гнучкість, що дає змогу досягати високої ефективності організації, навіть в умовах дуже складного й мінливого середовища (технічного та технологічного) [1, с. 216].

Іншою перевагою є ефективне використання фахівців і автоматичної системи їх відбору: керівник колективу, який не справляється на своїй посаді, не буде керівником наступного колективу. У свою чергу, учасник колективу, який не розвивається в процесі виконання дорученої йому справи, буде замінений у майбутньому іншим керівником і іншими керівниками при формуванні колективів, і безповоротно мусить залишити організацію. Отже, сформована система відбору має виразне мотиваційне значення. До вад цієї структури можна зарахувати складність координації дій у масштабі всієї організації, важкі умови її здійснення, коли йдеться про її чітке функціонування (високі запити стосовно кваліфікації учасників організації, а також ступеня їх ідентифікації з метою організації). У такому разі чинником, який інтегрує організацію, є, перш за все, підсистема мети й вартості, а не підсистема структури [1, с. 216].

Згідно з методологічною точкою зору, питання стосовно планування, удосконалення, а також раціональної оцінки організаційної структури на підприємстві або в будь-якій господарській системі належать до найбільш ускла-

днених процесів. Тут існує, як стверджує Л. Кжижанівські (L. Krzyżanowski), «кумуляція або переплетення різноманітних методологічних складнощів, з якими можна зіткнутися при розв'язанні питань в окремих організаційних просторах цієї системи» [9, с. 23]. Складнощі, які виникають під час об'єктивного відбору раціональних структуральних варіантів, є наслідком, як зазначає Л. Кжижанівські, «браку достатньо чітких критеріїв ухвалення рішень, а також основних парадигм і закономірностей» [9, с. 23]. Як відомо, категорія «парадигма», яку до наукового обігу ввів Т. С. Кун (Thomas S. Kuhn) у своїй праці «Структура наукових революцій», викликала тривалу дискусію, яка досі не закінчена в колі філософів, соціологів і істориків. Це нововведення дало змогу інакше подивитися на багато різноманітних наукових галузей [10].

Т. С. Кун визначає парадигму як «певним чином акцептовані погляди сучасної наукової практики – погляди, що охоплюють одночасно права, теорії, застосування й технічне обладнання. Творють вони модель, з якої виникає якась особлива завершена традиція наукових досліджень. Підкреслює, крім того, що цей термін залишається в чіткому зв'язку з поняттям інституціональної науки, яка визначається як «дослідження, що ґрунтуються на одному або низці таких наукових досягнень минулого, які певна наукова спільнота актуально акцептує й інтерпретує як фундамент своєї подальшої практики» [10, с. 26].

Розглянемо деякі стереотипні підходи до розуміння організаційної структури. Так, наприклад, С. Цхайтман (S. Chajtman) зараховує до них такі [див: 2, с. 74].

1. Оцінювання та формоутворення структури винятково або головним чином згідно з критеріями «потреб правління» й зручності директора, без урахування аспекту обслуговування щодо процесів і підрозділів основної діяльності підприємств. Зазвичай це призводить до необґрунтованого, надлишкового розростання персоналу, як керівного, так і адміністративного.

2. Тенденцію до уніфікації структуральних вирішень, прагнення до того, щоб встановлювати так звані «показові структури». Це суперечить потребам пристосовування структури в специфічних, різноманітних і в цілому індивідуальних умовах на підприємстві.

3. Трактування структури апарату менеджменту як статичної системи, тоді як згідно із запитам реальності належало б її розглядати як динамічну систему, яка пристосовується до умов, що змінюються в часі. Тому також належало б на підприємстві проектувати не тільки структуральні варіанти для поточного та найближчого періоду, а й пакет варіантів для подальших етапів розвитку, що відповідають довготривалим змінам на підприємстві.

4. Погляд на поділ на структурні підсистеми. Як підкреслює автор, «це помилкове спрощення складних, ієрархічних, багатошаблевих систем

на підприємстві, в якому середні шаблі є однаковою мірою як керуючими, так і керованими» [2, с. 73–74]. Цей поділ може мати лише відносний характер, оскільки не можна покладатися на нього при осмисленні вдосконалення структури працевлаштування й схеми менеджменту. Необхідні, відповідно до С. Цхайтмана, більш об'єктивні поділи, у яких звертається увага на раціональні структурні шаблі.

5. Занадто поширеним є розгляд питання централізації або децентралізації як явищ з абсолютним характером. Тим часом ці явища вимагають розгляду в диференційований спосіб, окремо щодо специфічних процесів і структур, а також для кожної пари сусідніх структурних шаблів.

6. Загальний розгляд і формоутворення структурних форм (наприклад, лінійної, функціональної, штабної, первинної (базової)) як однорідної форми в масштабі всього підприємства. Реально в кожному підприємстві можна, як правило, натрапити на ускладнену комбінацію різноманітних форм, які можуть бути відмінні не тільки для окремих паралельних підрозділів, але також для структурних сусідніх шаблів.

7. Тракткування підприємства як зверху закладеної сукупності визначеного числа диференційованих підсистем, без урахування індивідуальних ситуацій [2, с. 74].

**Висновки.** Організації, щоб здобути конкурентну перевагу, повинні прагнути до безупинної модернізації своїх структур. Така поведінка характерна для організації, що постійно вчиться. У сучасних умовах можна помітити тенденцію до так званого «сплюснення організаційних структур», що полягає в зменшенні ступенів службового підпорядкування.

Однак, незалежно від дій, які будуть здійснені в цьому напрямі, варто мати на увазі, перш за все, добробут працівників, піклуючись про те, щоб введені зміни позитивно вплинули на відносини, які існують між ними, одночасно творять організаційну культуру, яка ґрунтується на взаємній атмосфері співпраці й довіри.

#### Список використаної літератури

1. Bielski M. Organizacje: istota, struktury, procesy. Łódź, 2001.
2. Chajtman S. Krytyka i zmiana paradygmatów w naukach o organizacji i zarządzaniu. *Organizacja i Kierowanie*. 1995. № 4.
3. Dolińska M. Zarządzanie Wiedzą w uczącej się organizacji. *Organizacja i Kierowanie*. 2000.
4. Glinka B., Hensel P. Projektowanie struktur organizacyjnych. Warszawa, 1999.
5. Zieleniewski J. Organizacja i zarządzanie. Warszawa.
6. Jermakowicz W. Struktury organizacyjne a efektywność organizacji kreatywnych, adaptacyjnych i produkcyjnych. Warszawa, 1979.
7. Jankiewicz M., Kopocińska I. Encyklopedia dla wszystkich. Matematyka. Warszawa, 2000.
8. Krzyżanowski L. Podstawy nauk o organizacji i zarządzaniu. Warszawa, 1992. 173 s.
9. Krzyżanowski L. J. Epistemologiczno-metodologiczny sens kategorii paradygmatu. *Organizacja i Kierowanie*. 1995. № 3.

10. Kuhn T. S. *Struktura rewolucji naukowych*. Warszawa, 1968.

11. Pszczołowski T. *Mała Encyklopedia Prakseologii i Teorii Organizacji*, Ossolineum, Wrocław, 1978. S. 4.

*Стаття надійшла до редакції 28.07.2017.*

---

**Кохманска А. Организационная структура: типология и примеры стереотипных подходов к её объяснению**

*В статье представлен авторский анализ различных теоретических подходов к пониманию структуры организации. Проанализированы типы организационных структур, которые выделяют ученые: Г. Минцберг (H. Mintzberg), М. Биелски (M. Bielski), Л. Кжижановски (L. Krzyżanowski). Выяснены преимущества и недостатки предложенных названными учеными типов организационных структур. Сделан акцент на объяснении противоречий и изъянов стереотипных подходов к объяснению организационных структур современных фирм и предприятий.*

**Ключевые слова:** организация, структура, система, менеджмент, подраздел, отношения, коллектив, руководящий персонал, работники.

**Kochmanska A. Struktura Organizacyjna – Typologia, Przykłady Stereotypowego Podejścia do Tego Zagadnienia**

*The modern organizations (called also as learning organizations) should still improve their structure and relationship between its elements in order to defeat competitors. People working in this kind of organization very often change their point of view and can see the new perspectives for their prosperity.*

*According to the recent surveys we are able to define some conditions of learning organizations: the common vision- it is an answer for the question what we want to gain, why and in what way; the personal mastership- it means that all obstacles connected with the job should be a challenge for the workers in order to find innovative solutions; recognizing thinking models- showing up our habits and stereotypes; system thinking- it means patience after changing the structures of the company and leading in it new, innovative solutions; group learning- persons in the group solve the problems of the company alltogether and are able to share their experiences and solutions. Group working is much more effective than working on our own; the ability to adjust the organizational structure to variable environmental conditions.*

*The organization that takes into consideration the conditions presented above and tries to use them in every- day life is on a good way not only to stabilize its position on the market but also to gain a huge advantage over competition.*

*The main aim of the article is to present the characteristics of the concept of the organizational structure and approximation of its basic types. Furthermore special attention has been paid to a stereotypical approach to this issue.*

**Key words:** organizational structure, types of organizational structures, learning organizations, conditions of learning organizations.



УДК 316.44

Д. А. МАТЮХІН

## СТИЛЬ ЖИТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ

*У статті розглянуто концепт «стиль життя» в контексті різних теоретико-методологічних підходів у теорії соціальних практик: структуралістського конструктивізму, етнометодологічного підходу, теорії структурації, теорії соціального обміну, символічного інтераціоналізму, теорії соціальної дії, феноменологічного підходу. Визначено, що стиль життя як соціальна практика, в основі якої лежать типізовані зразки соціальної дії та взаємодії, виступає як значеннева схема інтерпретації власного досвіду індивіда й конкретної ситуації взаємодії на основі ціннісно-нормативних зразків конкретного соціально-культурного середовища.*

**Ключові слова:** стиль життя, соціальна практика, соціальна взаємодія, схема інтерпретації, ціннісно-нормативна система.

Проблема стилю життя з периферійної теми соціологічних досліджень у галузі соціальної структури зміщується в простір великої соціологічної теорії. Такий зсув уваги соціологічної спільноти пов'язаний з двома обставинами: 1) кризою великих соціологічних теорій; 2) індивідуалізацією соціального життя в сучасному постіндустріальному суспільстві. Актуальність дослідження життєвих стилів визначається, з одного боку, його здатністю відображати деяку цілісну специфіку соціальних практик у всіх сферах життєдіяльності, а з іншого – можливістю виявляти внутрішню інтенціональність дії соціальних акторів. Функціональність прикладних досліджень життєвих стилів визначається не тільки їх дескриптивними, а й інтерпретаційними та прогностичними властивостями, що може бути досягнуто при якісній теоретичній розробленості концепції стилю життя.

У західній соціології поняття «стиль життя» набуло статусу наукової категорії завдяки працям М. Вебера, який розглядав його як критерій соціальної стратифікації. У працях Г. Зіммеля та Т. Веблена запропоновано низку важливих ідей щодо нових форм споживання та їхнього зв'язку зі стилем життя. У сучасній західній соціології звернення до стилю життя пов'язано з проблематикою соціально-класових змін у суспільстві (П. Бурдьє, Ф. Паркін, Б. Тернер, Р. Бокко, Г.-П. Мюллер та ін.). Фундаментальний соціологічний аналіз стилю життя представлений українськими авторами (Р. Ануфрієва, Є. Головаха, О. Донченко, О. Злобіна, Н. Паніна, Л. Сохань, М. Шульга та ін.). Але незначна кількість праць присвячена аналізу концепту «стиль життя» в контексті розуміння його як соціальної практики.

**Метою статті** є спроба узагальнення теоретичних соціологічних підходів до розуміння стилю життя як соціальної практики.

Теоретичний аналіз наукових підходів до розуміння поняття «стиль життя» в соціологічній науці дав змогу виділити основні його характерис-

тики. По-перше, стиль життя розглядають як критерій соціальної стратифікації – як пояснювальний конструкт теорії соціальної нерівності. По-друге, стиль життя розглядають як зміст і форму соціальної поведінки загалом і споживчої зокрема. По-третє, стиль життя розуміють як відносну можливість вибору ідентифікаційних стратегій особистості на основі суспільних цінностей і власних потреб. По-четверте, стиль життя відображений у соціальній взаємодії індивідів, у якій вони реалізують свої потреби в підвищенні соціального статусу, успіху й престижі. Але, на нашу думку, об'єднувальною категорією трактування життєвого стилю є поняття «соціальна практика».

Поняття «соціальна практика» посідає важливе місце в сучасній соціологічній теорії. Інтерес до цього феномену відроджується в контексті практичного повороту соціологічної теорії на світ повсякденності, в якій «стиль життя» як категорія й емпіричний показник дослідження виступають одним із предметів досліджень. Теорію соціальних практик у контексті соціальної взаємодії розвивали П. Бурдьє (структуралістський конструктивізм), Г. Гарфінкель (етнометодологічний підхід), Е. Гіденс (теорія структуризації), Дж. Хоманс (теорія соціального обміну), Дж. Мід (символічний інтеакціонізм), Т. Парсонс (теорія соціальної дії), А. Шюц (феноменологічний підхід) та ін. Розглянемо поняття «стиль життя» в контексті соціальної практики крізь призму різних теоретико-методологічних підходів, що дасть нам змогу виділити основні характеристики концепту «стиль життя».

Французький соціолог П. Бурдьє розглядав соціальні практики як здатність соціальних суб'єктів перевіряти власні акти поведінки на відповідність уявленням про навколишню дійсність. П. Бурдьє вводить важливу для розуміння соціальних практик категорію габітуса. Він визначає його як «систему стійких і переносних диспозицій, структуровані структури, які схильні функціонувати як структури, що структурують, тобто як принципи, що породжують практики і уявлення...» [2, с. 102]. Отже, габітус виступає водночас як породжуючий принцип, відповідно до якого об'єктивно класифікується практика, і принцип класифікації практик в уявленнях агентів. Така модель соціально-культурних практик володіє евристичним потенціалом щодо розуміння стилю життя як цілісної системи соціальних практик у вигляді поведінкових патернів індивідів, що зумовлені наявністю в індивіда ресурсів соціального, економічного, політичного й культурного капіталів. У цьому аспекті стиль життя як сукупність соціальних практик, формуючись у певному соціально-культурному полі, породжується габітусом через усвідомлення агентом схем інтерпретацій соціальної дійсності та переформулювання критеріїв набуття статусу й престижу – соціального капіталу.

Розуміння стилю життя як соціальної практики (у вигляді соціальної взаємодії) представлено в теоретичних розробках Т. Парсонса, на думку котрого, соціальна система створюється взаємодією індивідів, отже, кожен

учасник є одночасно і діячем, для якого характерні власні цілі, ідеї, настанови тощо, й об'єктом орієнтації для інших діячів і для самого себе. Т. Парсонс, аналізуючи структуру стилю життя, акцентує на важливості розгляду ціннісно-нормативної структури, що є проявом суб'єктивної сторони та детермінантою цього явища поряд із соціальними практиками, а також на можливості індивідуального вибору соціальних практик, яка зумовлена структурою та культурними ресурсами. Соціальна практика постає як взаємно орієнтований двосторонній або різнобічний суб'єкт-суб'єктний зв'язок, детермінований соціально-статусними й нормативно-ціннісними регулянтами. Саме соціальна практика у вигляді життєвого стилю соціальних груп, її прояв як реального феномену соціальної системи, суть результат, продукт взаємодії культурних зразків: цінностей, норм, мотивацій. Культура детермінує зв'язки соціальних агентів, формує норми, зразки їх поведінки, визначає інституційні форми стилю життя. Відбувається те, про що писав свого часу Т. Парсонс, характеризуючи культуру в контексті соціальної дії: «Культура, з одного боку, є продуктом, а з іншого – детермінантою систем людської соціальної взаємодії» [5, с. 458]. Цінність – нормативний стандарт, який визначає бажану поведінку системи щодо її оточення без диференціації функцій одиниць або їх приватних ситуацій. Норма, у свою чергу, є стандартом, що визначає бажану поведінку для одиниці або класу одиниць у специфічних для них контекстах, диференційованих від контекстів, пов'язаних з іншими класами одиниць. Причому, яку зазначає Т. Парсонс, «сукупність ціннісних зразків, які набуваються актором у процесі соціалізації, значною мірою повинна бути функцією фундаментальної рольової структури та цінностей, що переважають у соціальній системі» [8, с. 227]. Отже, виходячи з теорії соціальної дії Т. Парсонса, стиль життя – це сукупність сталих суспільних практик соціального суб'єкта (індивіда, групи, суспільства), у яких здійснюється його взаємозв'язок із соціальною системою та іншими суб'єктами в межах певної культури та проміжку часу, а також реалізуються суб'єктивно визначені життєві потреби. При цьому під практиками розуміють рутинну діяльність індивідів, сукупність способів взаємодії з іншими індивідами, речами, символами тощо в межах певної культури.

Для Е. Гіденса соціальні практики – це основа і суб'єкта, і соціального об'єкта [4]. Усі соціальні практики, що формують соціальні структури, упорядковані в просторі й часі, прив'язані до певного контексту, фону. При цьому соціолог особливо підкреслює, що соціальна практика не створюється соціальними акторами, а лише відтворюється ними. «Згідно з нашою теорією, – зазначає Е. Гіденс, – предметом соціальних наук є не досвід індивідуального актора, і не існування якої-небудь форми соціальної тотальності, а соціальні практики» [4, с. 40]. Таким чином, була створена основа для розуміння соціальної практики як сукупності соціальних дій акторів, що є основою стилю життя як системи зразків соціальної взаємодії

його суб'єктів, що відтворюється через інституціоналізацію та нормативну систему.

В етнометодології соціальні практики розуміють як фонове знання; конкретну діяльність, що поєднує слова й дії; мистецтво вирішення практичних завдань у ситуації невизначеності. Основні формальні властивості соціальних практик у розумінні Г. Гарфінкеля – це «можливість пояснити практики, спостерігати та повідомлювати їх рефлексивний характер, коли дії, завдяки яким індивіди створюють ситуації організованої повсякденної діяльності й керують ними, ідентичні процедурам, до яких звертаються індивіди, щоб пояснити ці ситуації, а смисл поведінки повинен бути виявлений у самій поведінці» [3, с. 9]. Отже, в етнометодологічному підході соціальні практики – це принципи пояснення, інтерпретації й рефлексії повсякденних дій і взаємодій на основі певних культурних зразків та шаблонів, тому стиль життя як соціальна практика визначається, з одного боку, культурним контекстом, полем буття індивіда чи соціальних груп, з іншого – значенням конкретної ситуації, в якій реалізуються потреби й очікування індивіда.

Теорія Дж. Хоманса із самого початку зосереджується на міжособистісній, безпосередній взаємодії між індивідами й визнає значущість психологічних мотивів у відносинах. Усі ситуації взаємодії можна назвати відносинами обміну. Соціальна поведінка – це обмін діяльністю, відчутною або невідчутною, більш-менш винагороджуваною або пов'язаною з витратами між принаймні двома особами. Причому автор виділяє субінституційну й елементарну соціальну поведінку. Субінституційна поведінка – реальна поведінка в інституційних структурах, елементарна соціальна поведінка – це дійсна поведінка людей у прямому контакті одне з одним, де кожен прямо й безпосередньо винагороджує або карає іншого [7, с. 47–69]. Отже, стиль життя в теорії обміну можна розглядати як соціальну взаємодію й практику суб'єктів, яка заснована на раціональному мотиві отримання вигоди в соціальному аспекті.

Для аналізу соціальної взаємодії як основи соціальної практики також є цікава теорія символічного інтеракціонізму, яку сформулював американський філософ і соціолог Дж. Мід. У символічному інтеракціонізмі взаємодія – джерело виникнення свідомості, особистості (соціального Я) і суспільства, процес, завдяки якому відбувається соціалізація індивіда (інтерналізація «об'єктів»); саме суспільство розуміється як процес, як множинність систем взаємодії. На думку Дж. Міда, у соціальній взаємодії важливу роль відіграє не та чи інша дія, а її інтерпретація. Символічна опосередкована «взаємодія характеризується тим, що породжує приблизно однакові реакції при спілкуванні з будь-яким індивідом; дає змогу ставити себе на місце іншого (ідентифікація); дає змогу бачити себе очима іншої людини (рефлексія)» [6, с. 224]. Отже, у символічному інтеракціонізмі стиль життя як соціальна практика, в основі якої лежить соціальна взаємо-

дія, виступає як значеннева схема інтерпретації власного досвіду індивіда, конкретної ситуації взаємодії і як відповідність інтерпретаціям інших акторів взаємодії.

Феноменологічний підхід А. Шюца акцентує увагу на такому аспекті соціального життя, як «життєвий світ» або світ повсякденності. На його думку, це інтерсуб'єктивний світ, у якому люди виступають, з одного боку, як творці соціальної реальності, а з іншого – стримуються раніше утвореними соціальними й культурними структурами. Причому, незважаючи на те, що багато що в життєвому світі поділяється багатьма людьми, існують також приватні (біографічно визначені) аспекти цього світу [6, с. 92]. Стиль життя у феноменології А. Шюца – це соціальна практика повсякденності, заснована на інтерпретації досвіду та створення нових смислів взаємодії, тобто стиль життя відображає смислову природу соціальних дій і взаємодій індивідів.

Ідеї А. Шюца набули розвитку в теорії соціального конструювання реальності П. Бергера і Т. Лукмана, де єдність інтерпретації забезпечується спільністю життєвого світу [1]. Соціальна практика як соціальна взаємодія в теоріях соціального конструювання реальності здійснюється через розуміння й прийняття партнера взаємодії за допомогою схем-типизацій. Отже, стиль життя в теорії соціального конструювання реальності визначається як загальна для індивіда (соціальної групи, спільноти) схема типізації соціальної взаємодії.

**Висновки.** Отже, соціологічна рефлексія основних теоретико-методологічних підходів до розуміння категорії «соціальна практика» дала змогу виділити такі змістові характеристики стилю життя як соціальної практики: 1) стиль життя як сукупність соціальних практик, формуючись у певному соціально-культурному полі, породжується габітусом через усвідомлення агентом схем інтерпретацій соціальної дійсності й переформулювання критеріїв набуття статусу та престижу – соціального капіталу; 2) стиль життя – це сукупність сталих суспільних практик соціального суб'єкта (індивіда, групи, суспільства), у яких здійснюється його взаємозв'язок із соціальною системою та іншими суб'єктами в межах певної культури та проміжку часу, а також реалізуються суб'єктивно визначені життєві потреби; 3) стиль життя як система зразків соціальної взаємодії, що відтворюється через інституціоналізацію й нормативну систему; 4) стиль життя як соціальна практика визначається, з одного боку, культурним контекстом, полем буття індивіда чи соціальних груп, з іншого – значенням конкретної ситуації, в якій реалізуються потреби й очікування індивіда; 5) стиль життя як соціальна практика, в основі якої лежить соціальна взаємодія, виступає як значеннева схема інтерпретації власного досвіду індивіда, конкретної ситуації взаємодії і як відповідність інтерпретаціям інших акторів взаємодії; 6) стиль життя – це соціальна практика повсякденності, заснована на інтерпретації досвіду та створенні нових смис-

лів взаємодії, тобто стиль життя відображає смислову природу соціальних дій і взаємодій індивідів.

Таким чином, стиль життя як соціальна практика, в основі якої лежать типізовані зразки соціальної дії і взаємодії, виступає як значеннева схема інтерпретації власного досвіду індивіда й конкретної ситуації взаємодії на основі ціннісно-нормативних зразків конкретного соціально-культурного середовища.

Перспективним напрямом подальших досліджень може виступати виокремлення типів стилю життя молоді як соціальної практики в сучасному українському суспільстві.

#### **Список використаної літератури**

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. Москва, 1995. 323 с.
2. Бурдые П. Практический смысл / пер.с фр. А. Т. Бикбова, К. Д. Вознесенской, С. Н. Зенкина, Н. А. Шматко. Санкт-Петербург, 2001. 562 с.
3. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. Санкт-Петербург, 2007. 335 с.
4. Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории и структуризации / пер. с англ. И. Тюрина. Москва, 2003. 528 с.
5. Парсонс Т. Структура социального действия. Москва, 2000. 880 с.
6. Ритцер Дж. Современные социологические теории. Санкт-Петербург, 2002. 688 с.
7. Хоманс Дж. Соціальна поведінка: її елементарні форми. *Соціальні і гуманітарні науки. Серія 11. «Соціологія»*. 2001. № 2. С. 47–69.
8. Parsons T., Shils E. Towards a general theory of action. Cambridge, 1951. 530 p.

*Стаття надійшла до редакції 25.07.2017.*

---

#### **Матюхин Д. А. Стиль жизни как социальная практика: теоретический анализ основных подходов**

*В статье рассмотрен концепт «стиль жизни» в контексте разных теоретико-методологических подходов в теории социальных практик: структуралистского конструктивизма, этнометодологического подхода, теории структуризации, теории социального обмена, символического интеракционизма, теории социального действия, феноменологического подхода. Обосновано, что стиль жизни как социальная практика, в основе которой лежат типизованные образцы социального действия и взаимодействия, выступает в качестве смысловой схемы интерпретации опыта индивида и конкретной ситуации взаимодействия на основе ценностно-нормативных образцов конкретной социально-культурной среды.*

**Ключевые слова:** *стиль жизни, социальная практика, социальное взаимодействие, схема интерпретации, ценностно-нормативная система.*

#### **Matiuchin D. Style of Life as a Social Practice: Theoretical Analysis of the Main Approaches**

*In the article the concept is considered «lifestyle» in the context of different theoretical and methodological approaches in the theory of social practices : structuralist constructivism, ethnomethodological approach, theory of structuring, theory of social exchange, symbolic interactionism , theories of social action, phenomenological approach (A. Schutz). A lifestyle in sociological science is examined: 1) as a criterion of social stratification, coming forward as explanatory to construct of theory of social inequality; 2) as maintenance and form of social behavior in public, and consumer, in particular; 3) as*

*relative possibility of choice of identification strategies of personality on the basis of public values and own necessities; 4) lifestyles are represented in social co-operation of individuals, in which they will realize the requirements in the increase of social status, success and prestige. Sociological reflection of the basic theoretical and methodological going near understanding of category «social practice» allowed to distinguish next semantic descriptions of lifestyle as social practice: 1) in a structuralist constructivism a lifestyle understands as an aggregate of social practices, formed in the certain socio-cultural field, is generated by a habitus through realization of charts of interpretations of social reality and reformulation criteria of acquisition of status and prestige an agent – social capital; 2) in the theory of social action – a lifestyle is an aggregate of permanent public practices of social subject, in which his intercommunication is carried out with the frame of society and other subjects within the limits of certain culture and interval of time, and also subjectively certain vital necessities will be realized; 3) in a theory by structuring basis of lifestyle as social practice the system of standards of social co-operation of his subjects, which is recreated through institutionalization and normative system, comes forward; 4) in ethnomethodological approach social practices are principles of explanation, interpretation and reflection of everyday actions and co-operations on the basis of certain cultural standards and templates, a lifestyle as social practice is determined that is why, from one side, by a cultural context, field of life of individual or task forces, and, on the other hand – by the value of concrete situation necessities and expectations of individual will be realized in which; a 5) lifestyle in the theory of exchange is examined as social co-operation and practice of social subjects, which is based on rational reason of receipt of benefit in a social aspect; 6) in symbolic interactionism lifestyle as social practice social co-operation lies in basis of which comes forward as a value chart of interpretation of own experience of individual, concrete situation of co-operation and as accordance to interpretations of other actors of co-operation; a 7) lifestyle in phenomenological approach is social practice of daily occurrence, based on interpretation of experience creation of new senses of co-operation, id est a lifestyle represents semantic nature of social actions and co-operations of individuals; a 8) lifestyle in the theory of the social constructing of reality is determined as a general for an individual (task force, association) chart of typification of social co-operation.*

*Certainly, that lifestyle as social practice the typifying standards of social action and co-operation lie in basis of which comes forward as a value chart of interpretation of own experience of individual and concrete situation of co-operation on the basis of valued-normative standards of concrete socio-cultural environment.*

**Key words:** *lifestyle, social practice, social co-operation, chart of interpretation, valued-normative system.*

УДК 334(438)

Я. РУГ

## КУЛЬТУРНІ ЗУМОВЛЕНОСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: НА ПРИКЛАДІ ПЛАТФОРМИ LOTOS PETROBALTIC<sup>1</sup>

*Переклад з польської мови А. С. Лобанової*

*У статті подано авторське бачення культурних зумовленостей економічного розвитку організацій у сучасних умовах на прикладі нафтовидобувного підприємства «Платформи Лотос Петробалтік» («Platformy Lotos Petrobaltic»). Обґрунтовано різні типи організаційної культури, що уможливають гнучкий розвиток сучасних організацій. Розкрито основні тенденції економічного розвитку підприємств в умовах глобалізації з урахуванням культурних зумовленостей управління ними.*

**Ключові слова:** «Платформа Лотос Петробалтік» («Platforma Lotos Petrobaltic»), організаційна культура, дедиференціація, глобалізація, менеджмент, інноваційні технології, промислові структури.

Як відомо, цінності й спосіб життя суттєво впливають на функціонування організацій. Особливістю сучасних організацій усе частіше стає дедиференціація, яка полягає у віддаленні від вузької спеціалізації, а сприяє розширенню масштабів і різноманітності функцій. Співробітники багатьох сучасних організацій, зокрема «Платформи Лотос Петробалтік» («Lotos Petrobaltic»), беруть участь у різноманітних етапах реалізації її економічних завдань.

«Платформа Лотос Петробалтік» бере свій початок у 80-х рр. ХХ ст. від розвідки нафти в Балтійському морі Спільною організацією нафтових розвідок за участю Польщі, Радянського Союзу та Східної Німеччини. Після 1990 р. Польща придбала акції своїх партнерів з видобутку нафти. На початку видобутку ймовірність потрапляння до нафтового середовища під морським дном становила лише 20%. Однак ризик окупився. На дні Балтійського моря на глибині 2,5 км було виявлено близько 3,5 млн тонн нафти. «Платформа Лотос Петробалтік» є найбільшою серед собі подібних, а також третьою за величиною морською нафтовою шахтою в Польщі [4, с. 95–112]. У ній протягом однієї двотижневої зміни працює близько 60 працівників.

У «Групі Лотос» («Lotos Group»), до якої належить і «Платформа Лотос Петробалтік», у Польщі працюють близько 400 морських шахтарів, з них 200 безпосередньо на морі, ще по 100 – у Литві й Норвегії. Умови праці на Платформі вкрай вимогливі, заборонено пити алкоголь, палити чи

<sup>1</sup> Виступ з зазначеною проблематикою було здійснено професором Я. Ругом на XVI Всепольському соціологічному з'їзді «Солидарність у часи недовіри» на засіданні секції «Морська соціологія» (Польща, м. Гданьск, 14–17 вересня 2016 р.).



використовувати мобільні телефони, наприклад для того, щоб сфотографуватися, тому що наявність високої концентрації газів і парів у трубопроводах, якими тече нафта, може призвести до вибуху. Платформа знаходиться над поверхнею води на 12 метрів, що забезпечує її від катастрофічних наслідків морських штормів – за останні 100 років найвища хвиля в Балтійському морі не перевищувала 10 метрів. Праця шахтарів на морі триває безперервно – 24 години на добу. Перша дванадцятигодинна зміна розпочинається близько опівночі. Гірники забезпечують гарячею їжею, теплим одягом і спеціальним комбінезоном. Робота не може бути перервана навіть на мить через необхідність дотримання безпеки та загрозу вибуху. До цієї праці допускають лише фізично здорових осіб, які пройшли медичне обстеження й здатні працювати в складних умовах видобутку нафти на морі.

Робота на Платформі вимагає постійної концентрації внутрішніх сил людини. Робітники мають чітко визначені обов'язки [2, с. 383]. Організаційна структура, яка функціонує на Платформі, підпорядкована виконанню всіма працівниками визначеного кола завдань і відповідних процедур. Між тим варто зауважити, що не простежується чіткого поділу праці між Платформою та зовнішніми структурами, що її стосуються. Глобалізація, інформаційні технології й нова професійна структура роблять організаційні кордони платформи більш відкритими і плинними.

**Метою статті** є виявлення особливостей і умов впливу культури на розвиток економічних організацій на прикладі трудової організації «Платформи Лотос Петробалтик», яка видобуває нафту у вкрай складних і небезпечних умовах.

У кожній організації існують формальні та неформальні структури. Формальна й неформальна структура організації впливає на її культуру. Робота в команді є найбільш ефективною, якщо вона заснована на взаємній допомозі, довірі, підтримці колег і відбувається в дружній атмосфері. Вплив на культуру організації також має повага, з якою керівник ставиться до своїх підлеглих, і, відповідно, повага до нього з боку працівників. Відповідальність керівника полягає в створенні співробітникам найкращих умов праці, пов'язаних з виконанням делегованих їм завдань та гарантування дотримання етичних принципів співпраці. Культура організації є одним з особливо цінних засобів і важливих джерел конкурентоспроможної переваги. У фірмах з високими технологіями, таких як наприклад «Платформі Лотос Петробалтик», цінують інноваційність і безумовне дотримання «правил мистецтва». Визначення цього типу, власне, пов'язано саме з інноваційною організаційною культурою. Однак є одне застереження, яке важко не тільки однозначно сформулювати, а й надати йому визначених зумовленостей.

Непросто, наприклад, однозначно сформулювати, якою мірою певна поведінка членів організації залежить від культури, а якою – сприяє дотриманню формальних правил. Серед фахівців здавна триває суперечка, наскільки культура організації є органічним творінням еволюції людських спіль-

нот і наскільки можна її свідомо «проектувати» й «конструювати» в процесі менеджменту. Практика менеджменту вимагає необхідності однаковою мірою усвідомлювати та розуміти, як відбувається вплив культури на функціонування організації, як сформувати вміння послуговуватися нею з метою досягнення того ефекту, якого ми свідомо прагнемо досягти [6, с. 283].

Культуру організації можна аналізувати з позиції зовнішнього спостерігача або зсередини організації, з позиції її учасників. Перший підхід забезпечує об'єктивну позицію щодо того, чому люди поводяться відповідним чином, і з'ясовує їх дії через специфіку суспільних і економічних відносин. Другий вбачає в культурі організації інтерпретації суб'єктивних процесів тими, хто не пов'язаний з абстракційним поглядом і універсальною логікою дій організації. Культурна перспектива в менеджменті має п'ять основних передумов: а) формулювання стратегії – це процес суспільної взаємодії, що заснований на спільних поглядах і переконаннях членів організації; б) погляди й переконання індивідів є результатом процесів засвоєння визначеної культури або соціалізації, у принципі невисловленої в явний і невербальний спосіб, хоча інколи підсилюваної через чинники, що впливають формалізованим способом; в) згідно з вищесказаним члени організації згодні лише інколи презентувати погляди й переконання, на які спирається їх організаційна культура; г) стратегія по суті складається, по-перше, з форми певної перспективи, а, по-друге, з конкретного стану, сформованого з колективних прагнень і віддзеркаленого в моделях, метою яких є охорона внутрішніх резервів і можливостей організації, тобто стратегія є своєрідною директивою, що виникає в процесі функціонування організації, навіть тоді, коли повною мірою її не усвідомлюють усі її члени; д) культура організації, зокрема структуруючі в ній системи вартості, сприяють скоріше не стратегічним змінам, а збереженню актуальної стратегії. У кращому разі вони дають змогу вносити якісь корективи в межах загальної стратегічної перспективи організації.

Відмінні способи розуміння культури організації істотно впливають на вибір способу дослідження, тому варто звернути на них увагу (табл. 1).

Підхід, згідно з яким культуру інтерпретують як незалежну змінну, виявляється, перш за все, у визнанні її ключовим національним чинником. Учасники організації вкладають у неї свій досвід, а також певні звичаї, традиції тощо, а відтак культура для організації є елементом своєрідного суспільного підґрунтя. Оскільки такий підхід безпосередньо, без жодних аналогій, орієтований на антропологічне розуміння культури в контексті етнічної спільноти – народу/групи, поки що не вироблено відповідної теорії. Головною його метою є виявлення спільного і відмінного між стилями менеджменту й праці в окремих націях, головним чином з метою отримання висновків для практики менеджменту.

Таблиця 1

## Типи культури організації

<b>Культура як змінна в організації</b>	1. <i>Культура як незалежна змінна:</i> <b>міжкультурний менеджмент</b> культура є зовнішнім чинником, що впливає на організацію (часто означає специфіку цього народу, країни)
	2. <i>Культура як залежна змінна:</i> <b>культура в організації (корпоративна культура) (corporate culture)</b> культура є одним з елементів організаційної системи (можна нею управляти, хоча це досить складно)
<b>Культура як основна метафора організації</b>	3. <i>Організація – культура як знання і віра:</i> <b>когнітивний підхід</b> організація розглядається як спосіб мислення й сприйняття дійсності та набуття спільних знань
	4. <i>Організація – культура як значення, що представлене певними символами:</i> <b>символічний підхід</b> організація презентується як сукупність спільних символів і їх значень, а також способів їх приписування
	5. <i>Організація – культура як маніфестація неусвідомлених процесів розуму:</i> <b>структуральний підхід</b> організація розглядається як один з проявів структур, підпорядкованих універсальним правилам дії людського розуму

Джерело: [6].

Підхід «культури в організації» (корпоративна культура) тлумачить культуру як залежну змінну й пов'язується з визнанням її за елемент системи організації. Вона є певним внутрішнім чинником, що впливає на дію підприємства у відповідний спосіб, можливо, більшою мірою, ніж технологія чи структура. Це не означає недооцінку культури – навпаки, у межах цього підходу часто вважають, що саме «сильна» культура цього підприємства в своїй основі може мати вирішальне значення для його успіху й більшої ефективності. Культуру вважають суспільним або нормативним зразком організації, спільною нормою для всіх працівників, сукупністю спільних вартостей і засад, визнаних усіма членами організації.

Важливим елементом розуміння культури в організації є визнання того, що вона хоч і заснована на символічних наборах, а також на несвідомих процесах та переконаннях, існує можливість її формувати. Результативне управління здійснюється ручним способом так, щоб уміле маніпулювання культурою зробило її «сильною».

Хоча існує безліч рецептів того, як керувати культурою, на чому заснований ефективний менеджмент, залишається дискусійним питанням, наскільки вони є результативними. Щоправда, деякі прибічники корпоративної культури зазначають, що культура формується перш за все в початковий період існування організації, а її наступні перетворення мають чіт-

кий зв'язок з радикальними змінами в способі функціонування установи праці, однак важко підтвердити, які способи менеджменту є найважливішими з погляду культури. Порівнюючи діаметрально різні описи шляхів до фінансового успіху окремих фірм, можна припустити, що рецепти, запропоновані наосліп, здебільшого є витратними й суперечливими, «сильною» буде визнана та форма культури, на рахунок якої можна віднести економічний успіх [5, с. 115].

У межах концепції культури як основної метафори інтерпретації організації можна виокремити когнітивний, символічний і структуральний підходи. *Когнітивний підхід* заснований на інтерпретації культури як способу спостереження світу, який уможливорює спільні дії членів організації. *Символічний підхід* є наближеним до наукових ідей К. Гірца, який інтегрує культуру як певний набір визначених символів і значень. Акцент зроблено, перш за все, на базових процесах взаємодії та інтерпретації значень, які ставлять під сумнів цілісність «організації» (найчастіше економічної), що, зокрема, придатне при дослідженні різних професійних груп і дає змогу також виявити множину існуючих поглядів у межах цієї групи [5, с. 119]. *Структуральний підхід*, у свою чергу, орієнтований на положення про те, що культура є своєрідною маніфестацією неусвідомлених психічних процесів. Заснований він на науковому доробку структуральної антропології, відповідно до якого культуру можна розуміти як прояв певної глибинної структури, певного суспільного права, вид символічної інтеракції. У цій ситуації аналізу підлягають, перш за все, не члени організації і їх вірування/погляди/почуття, а скоріше відносини між ними. І хоча цей підхід є надзвичайно цікавим з інтелектуальної точки зору, він є дуже важким для сприйняття, оскільки вимагає спростування безпосередніх висловлювань організаційних акторів і пошуку універсальних структур розуму в кожному прояві суспільного життя [5, с. 120].

Останніми роками спостерігаються певні зміни в практиці менеджменту, які є наслідком глобалізації економіки. Можна виокремити кілька основних тенденцій у практиці менеджменту останнього десятиліття, які справили значний вплив на економічну діяльність організацій.

1. Зростання спеціалізації в діяльності підприємств, втеча від конгломератів. Підставою програм реструктуризації концернів, які погодилися на участь у глобалізаційній гонці, є засада повернення до ключової спеціалізації, виключення синергетичних галузей діяльності, концентрація інвестицій на одній або декількох взаємопов'язаних галузях промисловості з метою задоволення попиту глобального масштабу [10, с. 83]. Цей процес можна спостерігати, наприклад, у діяльності «Платформи Лотос Петробалтик».

2. Різке зростання розмірів і ринкової вартості підприємств. Причиною є, з одного боку, швидка консолідація підприємств, а з іншого – цінування на ринку інтелектуального капіталу підприємств і успіхів у глобаліст-

ській конкуренції. «Платформа Лотос Петробалтик» також останнім часом збільшує свою ринкову вартість [1, с. 179–183].

3. Усе частіше обирається злиття і взаємопроникнення фірм як шляху експансії. Глобалізація спричиняє натиск на швидке входження на нові ринки й вироблення повного кошика продуктів у визначеному секторі.

4. Обмеження сфери вертикальної інтеграції, прагнення до «тендітної», навіть віртуальної організації. Ця тенденція пов'язана з прагненням підприємств до інтенсивного інвестування в діяльність глобального масштабу й обмеження інвестиції тими ланками ланцюга вартостей, які дають ефект відзнаки та масштабу. Найчастіше цими ланками є кінцева продукція та її розподіл.

5. Усе частіше міжнародні концерни вилучають зі своїх структур попередні фази діяльності, а також допоміжні функції, які делегують спеціалізованим фірмам. Прикладом можуть бути великі фірми з вироблення електроніки та одягу, які вже досить багато років доручають продукування дешевшим виробникам з азіатських країн, концентруючись лише на плануванні виробництва продукції та її продажу.

6. Заміщення там, де можливо, конкуренції кооперацією – зростання кількості та значення стратегічних альянсів. Останнім десятиріччям набуло поширення поняття «кооперація + компетенція», що означає взаємодію конкурентів, заміну відносин суперництва на зв'язки і взаємодіяльність. Обмеження конкуренції з метою концентрації полягає в глобалістському інвестуванні у великі альянси та їх мережі, якими пов'язані між собою найбільші конкуренти. Прикладом глобалізації, що спирається на мережі глобалістських альянсів, є телекомунікація й авіаційний сектор.

7. Пріоритет зменшення витрат, введення низки методів менеджменту, спрямованих на їх редукацію. Однією з умов успіху в глобалістській конкуренції є здатність до продажу високоякісного стандартного продукту за низькою ціною [10, с. 21].

8. Зміна способу розуміння конкурентної переваги, а саме інвестування в інновації, тобто ставка на майбутні конкурентні переваги. Зараз, наприклад, на польських підприємствах починають цінувати інтелектуальний капітал і здатність до зростання вартості фірми, орієнтованої на людей та їх здібності до створення унікальних конкурентних переваг. Розуміння це перекладається на готовність вкладання великих інвестиційних коштів у сферу досліджень і розвитку, освічення та стабілізацію кадрів. У галузях так званих «високих технологій», таких як фармацевтична промисловість, телекомунікація чи електроніка щороку зростають величина й вартість витрат на дослідження та розвиток.

9. Прагнення до створення тривалих переваг, заснованих на інтелектуальному капіталі фірми, а також розширення діяльності підприємств у просторі багатьох країн з диференційованою культурою, спричинило ціну-

вання «м'яких» елементів менеджменту, перш за все гнучкості людей та їх здібності діяти в диференційованих умовах.

10. Постає потреба створення на підставі організаційних культур і систем кадрових здібностей менеджменту глобалістської організації. Яскравим прикладом опори стратегії глобалізації на створення нової глобалістської культури є програма фірм Сименса або Інтела, які передбачили культурні бар'єри розвитку.

**Висновки.** Сучасні організації, що функціонують у суспільному середовищі, характеризуються високим рівнем змінності, постійним удосконаленням, а також зростанням конкуренції. У сучасному світі організації стали формою спільного життя, що домінує й охоплює практично всі аспекти людської діяльності. Організації виникають, об'єднуються, розпадаються, а їх функціонування пов'язано з невизначеністю, невпевненістю та змінністю оточення.

Кожна організація відрізняється від іншої метою, своїми резервами, особливостями функціонування в середовищі, задоволенням різних потреб споживачів. Культура організації формується тривалий час, а її зміна не є простою. Феномен культури, що охоплює всі аспекти функціонування організації й визначає, «як тут усе діє», суттєво впливає на перебіг організаційних процесів і збереження членів організації. Неефективна культура може довести до недостатньої гнучкості організації або браку її готовності до змін. Управління культурною неоднорідністю стає в сучасних умовах важливим завданням для теоретичних обґрунтувань, але перш за все надзвичайно важливим аспектом практики й формоутворення гнучкості в організаціях.

З огляду на процеси глобалізації ринків, прикладом яких може бути численне злиття великих фірм останнім часом, менеджери мусять рахуватися з тим, щоб дати раду в управлінні різноманітними групами людей. Більше того, це пов'язано й з тим, що культурна неоднорідність може, з одного боку, спричинити виникнення конфліктів, а з іншого – впливати на формоутворення конкурентної переваги.

Організації повинні проводити свідому політику управління неоднорідністю, зокрема в ситуації змін, через які сучасні підприємства все частіше повинні проходити. Прикладом таких змін є взаємопроникнення й злиття фірм. Процеси взаємопроникнення фірм з різноманітними профілями та організаційними культурами може полегшити відповідна стратегія внутрішньої комунікації й культури, що враховує різні очікування працівників у тій чи іншій сфері діяльності.

#### **Список використаної літератури**

1. Geisst Ch. Encyclopedia of american business history. New York, 2006.
2. Gidens A. Socjologia. Warszawa, 2010.
3. Griffin R. W. Podstawy zarzadzania organizacjami, Warszawa, 2007.
4. Lotos Petrobaltic. Jest pierwsza ropa z B8. URL: <http://biznes.trojmiasto.pl/Lotos-Petrobaltic-Jest-pierwsza-ropa-z-B8-n95112.html>.

5. Jamielniak D., Latusek D. Zarządzanie – teoria i praktyka od podstaw. Warszawa, 2005.
6. Koźmiński A. K., Jamielniak D. Zarządzanie od podstaw. Warszawa 2008.
7. Koźmiński A. K., Piotrowski W. (red.) Zarządzanie – teoria i praktyka. Warszawa, 1996.
8. Krzakiewicz K., Cyfert Sz. Podstawy zarządzania organizacjami. Poznań, 2015.
9. Lang P. Managing, Technology, Innovation, Peter Lang GmbH. Frankfurt am Main, 2009.
10. Romanowska M. Podstawy organizacji i zarządzania. Warszawa, 2002.

Стаття надійшла до редакції 04.08.2017.

---

**Руг Я. Культурная обусловленность развития экономических организаций на примере «Platformy Lotos Petrobaltic»**

*В статье представлено авторское видение культурных обусловленностей экономического развития организаций в современных условиях на примере нефтедобывающего предприятия «Платформа Лотос Петробалтик» («Platformy Lotos Petrobaltic»). Обосновываются разные типы организационной культуры, которые делают возможным гибкое развитие современных организаций. Раскрываются основные тенденции экономического развития предприятий в условиях глобализации с учетом культурных особенностей и управления ими.*

**Ключевые слова:** «Платформа Лотос Петробалтик» («Platforma Lotos Petrobaltic»), организационная культура, дедифференциация, глобализация, менеджмент, инновационные технологии, промышленные структуры.

**Rug J. Cultural Conditions of Development of Economic Organizations for Example Platform Lotos Petrobaltic**

*Values and styles of life make significant influence on functioning of organizations. Features of post-modern organizations is dedifferentiation. It consists in receding from narrow specialities towards widening scale and functions divesification. Workers of many post-modern organizations, including «Platforma Lotos Petrobaltic», take part in many different stages of realization of its economic projects. Globalization, information technologies and new professional structure cause that organizational borders of the Platform become more open and fluent. In enterprises with high-technologies such as among other «Platforma Lotos Petrobaltic» important is innovation and utter complying of fundamental principles. Strategy of inner communication taking into account diferent expetations of workers can facilitate that inovation.*

**Key words:** «Platforma Lotos Petrobaltic», organizational culture, dedifferentiation, globalization, innovation, information technologies, professional structure.

УДК 005.7(438)

I. SOBIERAJ

## EVALUATION IN PUBLIC MANAGEMENT IN POLAND

*The aim of this article is to analyze the role of evaluation in public management in Poland in the content of the realization of the «good governance» principle and strengthening of democracy processes. Among functions of evaluation, functions related to the provisions of information and knowledge about social programs, promotion of this knowledge both among decision makers and among different groups of users and stakeholders of these programs and the strengthening of participation in the co-government of social programs and co-responsibility for their effects are most accented.*

**Key words:** *evaluation, public management, sociology.*

Today's Polish society is influenced by many social processes such as development of modern information and communication technologies and the process of globalization related to these technologies, as well as European integration and increase of social mobility. They change the Polish society in almost every area of life. This has an impact on the country, method of its governance, politics and administration. Democratic forms of government, organizations of state and local administration are also influenced by social changes. These changes create new socio-political environments and generate new expectations from leaders, which should be recognized and included in the public management process.

Anthony Giddens [3, p. 12–16] points out three factors, which shape contemporary political life in the greatest extent. In his opinion, the most important factor is globalization, understood as «distance action» related to the development and dissemination of information and communication technologies, as well as mass transport. As the second factor, he lists the emergence of post-traditional social order. The order, «in which tradition changes its status. Traditions must explain themselves, open to debate or discussion (...). In a globalizing and culturally cosmopolitan society, traditions must be open to view: their sources or justifications must be known» [3, p. 13–14]. The third factor of changes in modern societies is the widening of social reflectiveness. According to Anthony Giddens, the rise in social reflectiveness leads to a disruption of the relationship between knowledge and power. This is manifested by political reconstruction postulates and dissatisfaction with classical mechanisms of governance, as well as emphasis on grassroots decision making [3, p. 12–16]. Anthony Giddens draws attention to the shortcomings of liberal democracy in a globalizing and reflective social order. He postulates the need for more advanced political form by «democratization of democracy» and implementation of dialogue democracy and generative policy, which (in his opinion) is better suited to the prevailing social conditions. Particularly interesting is the concept of generative policy, which is



described by him in the following way: «it seeks to ensure that individuals and groups may affect the course of affairs rather than to make things happen in the context of general aspirations and social tasks. Generative policy is a defense of public policy, but it does not situate itself in the old opposition between the state and the market. It works by ensuring material conditions and organizational frameworks for marking decisions by individuals and groups in a broader social order that expresses the policy of life» [3, p. 24].

Another important element affecting the shape of political life and development of the public sphere is the formation of information society and increase of information resources and social communication. The emergence of information society requires from individuals the ability to use information in life decisions, its selection and verification. Similarly, policymakers of public institutions face the difficult task of dealing with the flood of data and information, as well as information chaos and noise. Usually, they are not able to handle with this situation. Nowadays, the problem is more often the excess of information rather than the lack of information.

These issues, which illustrate challenges for the management related to the formation of information society in the XXI century, were described, among other things, by Peter Drucker. He characterized changes in the management, which are forced, *inter alia*, by information revolution. His analysis was not only related to private companies, but also to the public sphere. He argued that management is equally applicable to these institutions, and differences concerning the specific nature of each organization constitute no more than 10% of management problems, while the remaining 90% of problems come down to the same issues [1, p. 111–113]. According to Peter Drucker, the information revolution requires the ability to manage information presented by decision makers. Key information will mainly include information about the environment, not about the organization. Knowledge employees will be required to do this work, because without proper organization of work, this data will not become information [1, p. 153–196]. Managers more and more often rely on information about the public opinion collected with the use of modern technologies. However, the decision itself and the responsibility for this decision do not belong to the public opinion, but it belongs to managers.

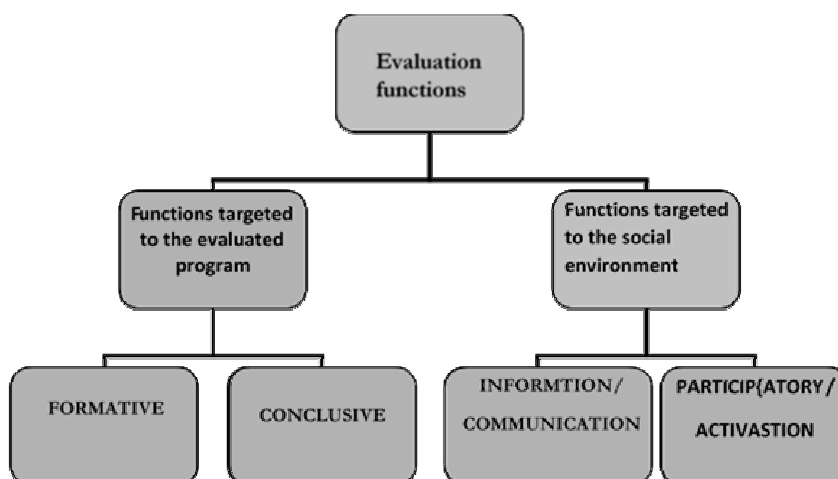
Evaluation is a process of systematic examination of values for a certain object (social program) leading to support the decision-making process or take the opinion. IN the area of public management, it is defined as: «the use of researches for learning, asking questions and seeking answers supported by convincing evidences about directions and implementation of public programs, which will help to achieve better results» [6, p. 52]. The objectives of evaluation are not only connected with its final effect, which constitutes the evaluation of values for a certain action, but also with the while social process that is started, its course, changes of consciousness and interpersonal relationships, which are part of it [5, p. 71–90].

The objectives of evaluation were clearly identified by M.Q. Patton. He considers the evaluation as a process with a mission to provide its users such information, which is necessary to make a decision/assessment and further action. He included the objectives of evaluation is three short questions that could be extended by the interpretation in Polish:

- What? (diagnosis: What was done? What does data say?)
- So what? (judgement: How to interpret this data? What does it matter?)
- Now what? (recommendations: And what next? How should we act after taking into account this data?) [7, p. 4–6].

Among the evaluation functions, there are two main categories: firstly, functions targeted to the evaluated program, which are related with the ability to influence its course by providing information about the desired changes, so mainly related to the format function, as well as functions of evaluating the value of a program and the impact of its results determined as conclusive functions. And secondly, the functions addressed to the social environment, in which the program is carried out. This is primarily an information and communication function, which informs about the implementation and effects of the program and strengthens communication between environments, groups of stakeholders, beneficiaries, potential beneficiaries and users, in which the program is performed. There is also a participatory and an activation function aimed at increasing the involvement of different environments in the realization of the program and empowerment of these environments, which were previously treated as passive recipients of the program.

**Figure 1. Evaluation functions**



Source: own study

The functions of evaluation in the area of public management include, among other things: improvement of planning by ensuring the adequacy of intervention actions to the needs of beneficiaries and rationality of objectives; improvement of implementation and current quality by rationalization of program's

management, monitoring; strengthening a sense of partnership and co-ownership through the reinforcement of relationship between participants of the program and their activation; enrichment of knowledge about the program by explaining the factors that affect its success or failure, collection of knowledge about the program; settlement and strengthening of responsibility by presenting effects of the program for public opinion and evaluation of program value [2, p. 20].

Among the functions of evaluation, the most accented are functions related to the provision of information and knowledge, promotion of this knowledge both among decision makers and various groups of users and stakeholders of the program and with the strengthening of participation in co-government and co-responsibility for the program. They correspond to these aspects, which in today's political life are a developing area, subject to wider social processes: development of the information society, as well as the increase of social reflectiveness and the needs for dialogue democracy.

Usability is a fundamental function of evaluation that should be the basis for its entire planning and organization. This is pointed out by Joseph S. Wholey, Harry P. Hatry and Kathryn E. Newcomer in their new book on evaluation programming [10, p. 5–29], by asking the question: how to choose an evaluation program? Suggested criteria/questions, which should be taken into account before selecting a program for evaluation:

1. *Whether the results of evaluation will affect decisions concerning the program?* The evaluation should enable/support the answer to the question: whether the program is worth continuing? Does it require any modifications? A program, whose evaluation serves only to obtain the political support, does not meet the first criterion.

2. *Whether the evaluation will be done in time to be useful?* Time plays an important role in the evaluation, because of the fact that many decisions have to be made at certain deadlines.

3. *Is the program significant enough to perform evaluation?* Significant evaluation may concern, for example, the program, which consume the largest amount of resources. However, it can be an evaluation of the program that is perceived as the least effective/efficient.

4. *Is program's realization perceived as problematic?* Each program has its own group of beneficiaries, users and personnel, who can also benefit from the evaluation, especially when there are problems with the implementation process and data for the justification of continuation, modification, extension or liquidation of the program are necessary.

5. *Where are we with the realization of the program?* The best and most useful are early stage programs, new programs or programs bringing unknown benefits [10, p. 2–29].

The properly applied evaluation in the area of public management can also be a method of democratizing this process and legitimizing decisions. This issue is discussed by Ernest R. House. He shows the role of evaluation under the

conditions of liberal democracy. «Evaluation itself is not a procedure for making social decisions – it is a part of the procedure for making decisions concerning the application of funds. It anticipates some kind of situations, in which social decisions are made. In this process, the role of evaluation is limited to rational persuasion based on common principles and values» [4, p. 229].

In fact, it is rarely possible to work out a decision that will satisfy all interested parties, but the aim of the evaluation is not a decision in itself, but an improvement in the manner of its making. In public management, the evaluation enables the change understood as a development in the desired direction. Modern management methods talk the change management, and the evaluator should play a role of the leader of change. Thanks to the evaluation, this change can support the improvement of methods and tools for public management. The evaluator provides knowledge about social conditions and needs, so we can find out about the expected and desired changes.

The idea of practice of evaluation in the field of public management in Poland was widespread in the first years of the XXI century. Its origin was related to the implementation of pre-accession funds and accession to the European Union, when Poland became a beneficiary of EU cohesion policy and structural funds. Furthermore, financial instruments of the World Bank (appearing in Poland) implemented their procedures for assessing the use of funds provided by the World Bank and determined standards for public management that are required for further access to these funds. The «good governance» principle presented to as good governance – refers to the method and effects of governance. The implementation of the «good governance» concept is connected with the improvement of governance quality both by developing the idea of good governance (defining values and criteria for their verification) and methods of its realization.

This concept appeared in the 1990s in documents of the World Bank in connection with support program implemented by this institution for developing countries. It was a response to the postulates of improving the effectiveness of their functioning in terms of achieving determined development goals. The idea was connected with the raise of the effectiveness level of using external aid by improving the quality of government and developing management methods in public institutions. These actions were supposed to lead to the improvement of political conditions and strengthening of the democratic system, as well as improvement of the economic conditions in beneficiary countries. The concept of «governance» was analyzed in two dimensions: as the functioning of administration of political authorities (at all levels of government) and as inclusion in decision-making process of interest groups and social organizations [11, p. 7–10].

This rule is based on several basic values. These are primarily: *government effectiveness*: the ability of public authorities and administration to carry out public policies in an effective, fair and cost effective manner; *economic development*: the ability to create high-quality economic policies; *democratization*:

clearness and transparency of the functioning of authorities, as well as the ability to include citizens, including social and non-governmental organizations, on the basis of appropriate representativeness and pluralism.

The World Bank has developed a list of basic performance indicators for the good governance principle: *voice and accountability* – understood as the extent of citizens' participation in works of the government, democratic process of electing the authorities, as well as ensuing civil freedoms (e.g. freedom of expression and media freedom, freedom of association); *political stability and non-violence* – defined as the probability of stable government, security of citizens and ensuring peace, as well as counteracting terrorist threats; *government effectiveness* – determined by the indicator of government's administrative potential for effective implementation of policies and public services; *regulatory quality* – refers to the formulation and implementation of regulations, which are mainly connected with the development of the private sector in the economy; *rule of law* – involving the creation of legal conditions for the respect of property, realization of contracts in business activity and efficiency of the police and judicial system; *control of corruption* – determined by the indicator for perception of corruption risks [11, p. 12–16].

The «good governance» principle was introduced in Poland as one of the elements of the National Strategic Reference Framework (NSRF). The subject of the evaluation was the impact of the NSRF on the building of public administration's potential and realization of the «good governance» principles, as well as the ability to ensure the effective and efficient implementation of tasks within the framework of public policies. Within the «good governance» area, the following elements were assessed: processes for the realization of policies, coordination and cooperation of the involved institutions and their ability to program, implement, monitor and evaluate development projects [9]. The sector of evaluation researches in Poland grows up. According to the Polish Evaluation Association, contracts for the public sector in 2010 accounted for 10% of the value of the Polish market for research services, and revenues from evaluations amounted to more than 10 million PLN [9].

Evaluation researches of cohesion policy usually concerned the following issues: evaluation of the management and implementation system for ESF programs; evaluation of the acceptance of applications process; analysis of information and promotion activities; research of public knowledge and opinion about the availability and use of ESF resources; examination of access barriers and use of funds; analysis of indicators.

Both the subject matter and the scope of already performed evaluations in the area of «good governance» largely seek to evaluate the implementation of already set standards of public management and «good governance» principles. A part of studies, especially those related to the definition of indicators and procedures for the acceptance of applications and management methods aim to improve methods and practices in the area of public management. Only a small

part of the already carried out evaluations deal with issues related to the development of the good governance idea, attempts to their identification and define I the consciousness of different social groups, as well as the issue of further improvement of evaluation methods (i.e. meta-evaluation).

Realization of the «good governance» concept is connected with raising the quality of governance and management by: development of the idea of good governance and adapting it to the requirements of a changing society (determination of its values and criteria of their verification); improvement of methods for its realization; evaluation of public institutions' actions.

Co-government and co-responsibility are the most important dimensions of evaluation. They differentiate it from the approaches used in traditional public management concept and from the concepts of new public management.

The obligation to improve the evaluation in the area of public management should take into account such social processes as: development of the knowledge society, development of social reflectiveness, democratization, dialogue of democracy and recognition of pluralism's values. It should be accompanied by the requirement of meta-evaluation, critical look at the evaluation methods and evaluation strategies. This commitment will enable the implementation of the principle of good governance, as well as its improvement and adaptation to the needs of Polish society.

#### **Bibliography**

1. Drucker F. P. Zarządzanie XXI wieku – wyzwania, Wyd. New Media, 2010.
2. Ferry M., Olejniczak K. Wykorzystanie ewaluacji w zarządzaniu programami unijnymi w Polsce Warszawa, 2008.
3. Giddens A. Poza lewicą i prawicą. Przyszłość polityki radykalnej. Poznań, 2001.
4. House E. R. Demokratyzacja ewaluacji. *Ewaluacja w edukacji* / red. L. Korporowicz. Warszawa, 1997.
5. Korporowicz L. Interakcyjne aspekty procesu ewaluacyjnego: pomiędzy analizą a animowaniem zmian społecznych. *Środowisko i warsztat ewaluatora* / (red.) A. Haber, M. Szałaj. Warszawa, 2008. S. 71–90.
6. Olejniczak K. Ewaluacja w sektorze publicznym. *Ewaluacja programów operacyjnych na poziomie regionalnym – teoria i praktyka, praca zbiorowa*, Opole, 2009.
7. Patton M. Q. Utilization-Focused Evaluation. Los Angeles ; London ; New Delhi ; Singapore, 2008.
8. Polski rynek ewaluacji. Katalog PTE 2011. Warszawa, 2011, S. 5.
9. Proces ewaluacji polityki spójności w Polsce. Podsumowanie dotychczasowych doświadczeń. Plany i wyzwania na przyszłość/ Warszawa, 2008.
10. Wholey J. S., Hatry H. P., Newcomer K. E. Planning and designing useful evaluations. *Handbook of Practical Program Evaluation* | (red.) Wholey J. S., Hatry H. P., Newcomer K. E., Wyd. Jossey-Bass, 2010.
11. Koncepcja good governance – refleksje do dyskusji. Ministry of Regional Development, Warsaw? 2008.

*Стаття надійшла до редакції 20.07.2017.*

---

#### **Соберай І. Оцінка в державному менеджменті в Польщі**

*В статті проаналізовано роль оцінки в державному управлінні в Польщі, зокрема в ході реалізації принципу «добре управління». Акцентовано на тому, що при поси-*

ленні демократичних процесів, функції оцінювання пов'язані із забезпеченістю інформацією та знанням про соціальні програми. Доведено, що просування цього знання як серед вирішальних продуцентів цих програм, так і серед різних груп користувачів і посередників зміцнює їх участь і спільну відповідальність за ефективну реалізацію державних соціальних програм.

**Ключові слова:** оцінка, державний менеджмент, соціологія.

**Соберай И. Оценка в государственном менеджменте в Польше**

В статье проанализирована роль оценки в государственном управлении в Польше, в частности в ходе реализации принципа «хорошее управление». Акцентировано на том, что при усилении демократических процессов функции оценки связываются с обеспеченностью информацией и знанием о социальных программах. Доказано, что продвижение этого знания как среди решающих продуцентов этих программ, так и среди разных групп пользователей и посредников усиливает их участие и общую ответственность за эффективную реализацию государственных социальных программ.

**Ключевые слова:** оценка, государственный менеджмент, социология.

## МІФ І СУЧАСНА РЕКЛАМА

*Сутністю рекламного впливу на людину є опора на колективне й особисте несвідоме. Показано, що за допомогою ідей, образів, міфотехнологій реклама здатна міняти та посилювати погляди, почуття й поведінку споживача, реклама допомагає споживачам орієнтуватися в складних ситуаціях вибору необхідного товару, формує потреби людини, впливає на мотивацію та ціннісні установки її діяльності, здатна формувати стиль життя. Доведено, що рекламні «міфи» мають високу ефективність, адже в них використано механізми, органічно властиві людській свідомості, своєрідні архетипні структури.*

**Ключові слова:** соціальний міф, архетип, реклама, маніпуляція, товар, управління.

Міфічна свідомість є не лише минулим, історичним етапом розвитку людської свідомості, а й позаісторичним, універсальним його рівнем (К. Леві-Стросс).

Міфічне мислення полягає в тому, що воно не відокремлює людину від природи. Власні атрибути людина переносить на об'єкти і явища природи та наділяє їх здатністю переживання по-людськи, здатністю діяльності цілепокладання; механізм людської «психології» переноситься на всі незрозумілі феномени.

Інформаційним полем рекламної комунікації є масова свідомість, якій властиві установки, спонукальні символи, стереотипи, асоціації. Вони виявляються в міфологічних образах-архетипах. Рекламна комунікація використовує досягнення національної та світової культури, спирається на менталітет, орієнтується на існуючі традиції, уявлення, норми, асоціації та стереотипи поведінки.

Теорію міфу у ХХ ст. розробляло багато західних (К. Г. Юнг, Л. Леві-Брюль, К. Леві-Стросс, Дж. Кемпбелл, Дж. Фрезер, К. Хюбнер,) і вітчизняних (Н. А. Бердяєв, С. М. Булгаков, П. А. Флоренський, Н. Ф. Лосєв, В. Іванов, М. І. Лівшиць, І. М. Дьяконов, М. К. Мамардашвілі) філософів.

Проблемам застосування міфологічних технологій у рекламі присвячені праці таких сучасних українських (Т. В. Смирнова, А. В. Сажина, А. А. Лященко, Р. П. Сапенько, В. В. Жовтянська) та російських (Л. Е. Трушина, Е. О. Макарова, М. І. Кабаліна, І. В. Секарева, С. С. Калиниченко, Р. Б. Квеско, А. Є. Ширгазіна, А. А. Чистякова) дослідників. Незважаючи на кількісне зростання наукової літератури з проблем реклами, необхідно зазначити, що в сучасній українській соціології не вистачає самостійних соціологічних досліджень, присвячених використанню міфотехнології в рекламі.

**Метою статті** є визначення ролі та значення процесу створення соціальних міфів у практиці сучасної реклами. Важливо наголосити, що в



межах статті ми розглядаємо міф не як літературний жанр, а як своєрідну форму свідомості, що принципово відрізняється від наукового осмислення дійсності. Особливість цього типу свідомості полягає у відносно цілісному, але ілюзорному, фіктивному, галюцинаторному сприйнятті навколишнього життя [4, с. 6].

У «Словнику російської мови» С. І. Ожегова міф визначено так: «Миф – древнее народное сказание о легендарных героях, богах, явлениях природы; в переносном значении, недостоверный рассказ, выдумка» [9, с. 304]. У «Філософському енциклопедичному словнику» міфологію визначено як «форму суспільної свідомості; спосіб розуміння природної та соціальної дійсності на ранніх стадіях суспільного розвитку» [15, с. 377].

А. Ф. Лосєв у праці «Діалектика міфу» визначає міф як «найвищу за конкретністю, максимально інтенсивну й вищою мірою напружену реальність... Міф – це діалектично необхідна категорія свідомості й буття взагалі» [7, с. 393].

За Р. Бартом, міф – це слово, тому ним може стати все, що гідне розповіді: «Для визначення міфу важливий не сам предмет повідомлення, а те, як про нього повідомляється. Будь-яку річ можна вивести з її замкнутого, безмовного існування і перетворити на слово, готове для сприйняття суспільством» [2, с. 72–73].

Роль і значення міфу, його функції протягом багатовікової історії зазнавали змін. Так, у первісному суспільстві міфи пояснювали, насамперед, світоустрій і генезис світобудови, із часом міф, як пояснювальна схема, втрачав свою актуальність, беручи на себе завдання обмеження, заборони тих чи інших форм соціальної активності особистості. Сучасне суспільство виробило нові функції міфу як маніпулятора масовою свідомістю [16, с. 243].

З ХІХ ст. відбувається трансформація рекламної комунікації з економічного інституту в потужний соціокультурний механізм управління морально-ціннісними установками споживача, коли інформаційний заклик до дії перетворюється на носія «додаткової» культурної інформації про прийнятні та заохочувані в суспільстві споживання норми поведінки й духовні цінності [1, с. 90].

Відомий фахівець у галузі маркетингу Ф. Котлер писав: «Найважливіше поняття в маркетингу – поняття бренду. Якщо ви не бренд – ви не існуєте. Хто ж ви тоді? Ви – звичайний товар». Тобто в сучасному соціальному просторі недостатньо виробляти товар з набором будь-яких практично важливих характеристик, набагато важливіше, щоб цей товар був брендом. Брендівість, або міфологічне товарне наповнення, стає важливішим за утилітарну практичність та вартість.

Тому можна констатувати, що розвиток реклами в історичному контексті відбувається як перехід від інформаційної складової до переваги художніх і продумано «ірраціональних» засобів впливу. І це знаходить своє

пояснення, якщо звернути погляд на розвиток виробництва. Збільшення товарного обороту і, відповідно, конкуренції в межах одного виду продукції вимагає й більш активного її просування на ринку. Стає вже замало просто заявити про наявність товару, треба переконати споживача придбати саме цей товар. Особливої гостроти ситуація набуває в умовах перевиробництва, коли на задоволення певної потреби претендує велика кількість торгових марок, що мало різняться між собою за об'єктивними критеріями. І саме тут ірраціональні засоби впливу на вибір товару споживачем набувають особливого значення [5, с. 193].

У рекламі набагато сильніше, ніж в інших видах масової комунікації зливаються в єдине ціле змістовна та емоційна інформація. Інформаційний ряд подається через певні семантичні, експресивні чи художні образи, реклама завжди десь посередині між медійним повідомленням (фактологічним та змістовним) і створюваним у мистецтві художнім образом, де переважає емоційне сприйняття [8, с. 272].

На думку А. В. Сажині, жанр реклами є типологічно подібним до казки. Аналіз основних «точок перетину» цих жанрових форм демонструє, що реклама генерує нову літературну форму «рекламної казки» з її численними рецептивними можливостями [11, с. 175]. Рекламна «казка» дає зразки для поведінки, кон'юнктурно вигідні в цей момент, і відповідно далекі від реальних потреб людини [1, с. 93]. Л. Л. Геращенко вважає, що існують закономірності, які зумовлюють необхідність рекламного міфу. Буденна свідомість людини відчуває потребу в отриманні нової інформації, у щоденному поверховому сприйнятті нових даних (аудіо, відео, словесних, зорових), зокрема рекламних. З іншого боку, сам соціум потребує «важлив» управління повсякденною свідомістю, одним з яких є масова реклама.

Міфотворчість органічно властива сучасній рекламі з таких причин: чуттєві форми сприйняття, пропоновані міфами й рекламою, не «прищеплюють» штучно істини у вигляді догм, а пропонують їх пережити; реклама, як і міф, не пропонує раціонального сприйняття інформації, отже, їх рівень впливу на несвідоме досить високий; реклама, як і міф, пропонує моделювання ситуації, допускаючи тією чи іншою мірою варіативність її сприйняття; реклама приймається на віру, за тими самими принципами й методами, як і міф; обидва явища сприймаються людиною як якась творчо створена реальність; і від міфу, і від реклами споживач чекає художньої форми їх реалізації; і реклама, і міф стають свого роду способом організації сприйняття реальності [3, с. 306, 318].

Відповідно до досліджень Е. П. Петрової, поширення інформаційних прийомів, що нагадують «природні міфи», доцільно з трьох причин [10, с. 24]: форма повідомлення, схожа за композицією на «міфологічну», змушує позитивно додумувати відсутню інформацію; гарантовано вплив на почуття – незалежно від конкретного змісту інформація буде здаватися ці-

кавою, і тому її будуть переказувати; форма повідомлення, за композицією схожа на традиційний сюжет, легко відтворюється без втрат при переказі.

Звернення до підсвідомості (архетипів) споживачів у товарній рекламі, як прийнято вважати, почали активно застосовуватися в 1950-х рр. у США.

К. Юнг так писав про архетипи: «...я вибрав термін “колективне”, оскільки йдеться про несвідоме, яке має не індивідуальну, а колективну природу. Це означає, що воно включає в себе ... зміст і образи поведінки, які являються всюди й у всіх індивідів одними й тими самими. Іншими словами, колективне несвідоме ідентичне в усіх людей...» [17, с. 98]. Як відомо, К. Юнг вважав, що архетипи визначають тип і характер психологічного розвитку людини так само, як гени зумовлюють індивідуальні особливості фізіології, при цьому вчений визнавав варіативність архетипів у кожному індивідуальному випадку у вигляді персональних образів.

Дослідники вказують на шість основних архетипів, виділених К. Юнгом: Архетип Тіні, Архетип Аніме, Архетип Матері або Душі, Архетип Мудреця, Архетип Анімуса, Архетип Дитини. За такої класифікації в основному здійснюється зіставлення образу, створеного в рекламі, з тим чи іншим архетипом, роз'яснюється загальний характер архетипу.

Вказані елементи – архетипи, стереотипи, міфи наповнюються ідеями, цінностями та символами, які аналогічно представлені в ментальній структурі цілого суспільства або групи. У західній рекламній практиці використання цих елементів часто розглядають як ефективний ресурс побудови аргументів на користь рекламованого продукту, у зв'язку з тим, що вони підвищують потенціал переконливості рекламного повідомлення [19, с. 295]. А. Леві-Стросс виділив кілька опозицій колективного несвідомого: добро і зло, життя і смерть, земля і небо, чоловіче і жіноче, сильне і слабке. Ці опозиції формуються в архетипово значущі коди:

- Сонце – реальне зображення (схід, захід), язичницькі накреслення, дитячі малюнки; використовують у рекламі будь-яких товарів;
- Небо – символізує досконалість товару, звертається до вищих духовних сил, обіцяє дотик до божественного;
- Вода – символ чистоти життя, довіри, достовірності інформації про товар і компанії;
- Зірки – символ винятковості, яскравості, на підсвідомому рівні обіцяють споживачеві захоплення й розкіш.

Аналогічну архетиповість розроблено в рекламній практиці й щодо багатьох побутових предметів (сходи, колона, вежа – успіх, надійність, престиж відповідно); геометричних форм (квадрат – стабільність, міцність; трикутник – стійкість, захищеність); кольорової палітри (згідно з М. Люшером поділ кольорів на здорові (червоний, жовтий, зелений, синій) і нездорові (коричневий, чорний, сірий, фіолетовий)).

Реклама-міф прибирає з ролика свою істинну мету – продаж товару, затемнює її міфологемами «високого мистецтва» й естетичними констатаціями.

Багато сучасних рекламних повідомлень побудовано за принципом «магії за аналогією». Споживачеві пропонують не просто товар або ідею. Йому пропонують спосіб життя й спосіб дій. Реклама парфумів, цукерок, цигарок, косметики тощо не просто вмовляє споживача придбати потрібний йому товар, вона непомітно навіює людині думку про те, що цей товар змінить її життя, і воно стане таким, як у рекламному ролику. Реклама постійно підміняє ціле якоюсь його частиною і при цьому навіює: для того, щоб домогтися цілого, треба лише мати цю частину, яка є його (цілого) символічним заміщенням [14, с. 82]. Товар стає символом певного психологічного типу людини, а реклама символічно закріплює за тією чи іншою товарною маркою конкретний стиль поведінки. Образ, який використовується в рекламі, конструюється як бажаний для всієї цільової аудиторії [1, с. 91]. Загалом міф позбавляє людей від необхідності постійно слідувати раціональним культурним установкам, надає можливість іти від реальності, намагатися використовувати легкі, пропоновані рекламою, шляхи вирішення складних життєвих проблем. Міф нав'язує або підміняє істинні (внутрішні) цінності людини [13, с. 242].

Міфи й засоби їх передачі, які цілком спираються на маніпуляцію, неминуче призводять до пасивності індивіда й стану інертності, «вічного культурного сну». У комерційному суспільстві мета радіо- і телепрограм та фільмів полягає не в тому, щоб пробуджувати, а в тому, щоб присипляти стурбованість соціальною та економічною дійсністю.

**Висновки.** Сутністю впливу реклами на споживача є створення соціальних міфотехнологій, в основі яких лежить поняття колективного несвідомого (символів, архетипів і міфів). Реклама використовує символи, образи й знаки, що не потребують раціональної інтерпретації, вони сприймаються споживачами на рівні несвідомого. Сенси, приписувані рекламним знакам, мають не індивідуальний, а колективний характер.

Реклама повинна ставати засобом задоволення пізнавальних, творчих, духовно-моральних, матеріальних та інших численних потреб людей, способом їх розвитку й саморозвитку. Для досягнення цієї мети органи державного контролю, громадські організації повинні на законодавчому рівні сприяти зниженню маніпулятивного характеру реклами.

#### Список використаної літератури

1. Базикян С. А. Постсоветская реклама как социокультурное пространство пропагандистской редукции мифа. *Вестник Новгородского государственного университета им. Я. Мудрого*. 2014. Вып. 83–2. С. 90–93.
2. Барт Р. Миф сегодня. *Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. Москва, 1994. С. 72–130.
3. Геращенко Л. Л. Мифология рекламы. Москва, 2006. 464 с.
4. Гуревич П. С. Социальная мифология. Москва, 1983. 175 с.

5. Жовтянська В. В. Возможности художних засобів візуальної реклами у формуванні образу рекламованої продукції. *Наукові студії із соціальної та політ. психології* : зб. наук. пр. Ін-ту соц. та політ. психол. АПН України. Київ, 2000. Вип. 3 (6). С. 191–198.
6. Калиниченко С. С., Квеско Р. Б. Мифодизайн как социокультурный феномен. *Известия Томского политехнического университета*. 2009. № 6. С. 85–89.
7. Лосев А. Ф. Диалектика мифа. *Лосев А. Ф. Из ранних произведений*. Москва, 1990. С. 393–399.
8. Лященко А. В. Протиріччя сприйняття реклами як соціокультурного явища. *Діалог. Медіа-студії* : зб. наук. пр. / за ред. О. В. Александрова. Одеса, 2008. Вип. 7. С. 270–279.
9. Ожегов С. И. Словарь русского языка. Москва, 1984. 797 с.
10. Петрова Е. П. Мифологическая аргументация для создания впечатляющего образа фирмы. *Рекламодатель: теория и практика*. 2003. № 5. С. 24.
11. Сажина А. В. Реклама як презентація доби. *Питання літературознавства* : наук. зб. Чернівці, 2005. Вип. 13 (70). С. 175–176.
12. Сапенько Р. П. Сучасні виміри масової культури: глобальний пресинг американських цінностей життя. *Гуманітарний часопис* : зб. наук. пр. Харків, 2007. № 1. С. 72–80.
13. Секарева И. В. Рекламные и телевизионные мифы как форма манипуляции сознанием. *Знание. Понимание. Умение*. 2011. № 4. С. 241–244.
14. Смирнова Т. В. Мовленнєва структура рекламного тексту як засіб формування впливу на соціальну поведінку людини. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2001. Т. 5, жовтень-грудень. С. 81–84.
15. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л. Ф. Ильичев и др. Москва, 1983. 840 с.
16. Ширгазина А. Э., Чистякова А. А. Мифотехнологии в рекламе. *Современные наукоемкие технологии*. 2013. № 10. С. 243–244.
17. Юнг К. Г. Архетип и символ. Москва, 1991. 211 с.
18. Johnson D. Narcissisms and Echoes: Using Myth in Advertising. URL: [http://www.tc.umn.edu/~rbeach/teachingmedia/student\\_units/module6/myth\\_advertising\\_johnson.pdf](http://www.tc.umn.edu/~rbeach/teachingmedia/student_units/module6/myth_advertising_johnson.pdf).
19. Rubio-Hernandez M. Myths in advertising: current interpretations of ancient tales. *Academisk*. 2011. Vol. 2. P. 282–320. URL: [http://www.academia.edu/1156658/Myths\\_in\\_advertising\\_current\\_interpretations\\_of\\_ancient\\_tales/](http://www.academia.edu/1156658/Myths_in_advertising_current_interpretations_of_ancient_tales/)

Стаття надійшла до редакції 10.07.2017.

---

### **Согорин А. А. Миф и современная реклама**

*Суцністю рекламного впливу на людину є опора на колективне і особисте несвідоме. Показано, що з допомогою ідей, образів, мифотехнологій реклама здатна змінювати і посилювати погляди, почуття, точки зору і поведінку споживача, реклама допомагає споживачам орієнтуватися в складних ситуаціях вибору необхідного товару, формує потреби людини, впливає на мотивацію і ціннісні установки його діяльності, здатна формувати стиль життя. Доведено, що рекламні «мифи» мають високу ефективність, адже в них використані механізми, органічно присутні свідомості, своєрідні архетипні структури.*

**Ключевые слова:** соціальний миф, архетип, реклама, манипуляція, товар, управління.

### **Sogorin A. Myth and Current Advertising**

*The main purpose of the article is to define the role and importance of the process of creating social myths in the practice of modern advertising. It is important to note that in the article the myth is not understood as a literary genre but rather as a form of consciousness that is different from scientific understanding of reality. The peculiarity of this type of consciousness is relatively intact, but illusory, fictitious, hallucinatory perception of life.*

*In the article it is marked on that in modern social space it is not enough to produce goods with the set of any practically important descriptions, far major, that this commodity was a brand. A brand, or mythological commodity filling, becomes more important than utilitarian practicality and cost.*

*The historical significance of the myth as a cultural phenomenon is defined. It's said that mythical does not separate a man from the nature. A person brings it's own features to the objects and phenomena of nature and gives them the ability to experience as a human, the ability of whole-reliance; the mechanism of human «psychology» is transferred to all unexplained phenomena.*

*Information field of advertising communication serves the mass consciousness, which is inherent in installation, persuasive characters, stereotypes, associations. They can be found in the mythological images – archetypes. Advertising communication uses the achievements of national and world culture, based on a mindset focused on existing traditions, ideas, norms, associations and patterns of behavior.*

*While the process of the social myth creating different stereotypes are formed, which are usually based on archetypes that help person to make decisions before the analysis of any social situation therefore intensifies the impact on the individual sphere of unconscious and as a result – on the personal behavior.*

*The mechanism of semantic transfer, which gives the answer to the question of the relationship between myth and advertising is analyzed. Art-shaped advertising works on the same principle of semantic transformations as myth does, but here they are forwarded not from the natural object in the artistic image, but from the artistic image into the advertised object.*

*The foundation stone of advertising influence on the person is relying on the collective and personal unconscious. It is shown that with the help of ideas, images, myth-technology advertising is able to change and reinforce attitudes, feelings, views and behavior of the consumer. Advertising helps consumers navigate the complex situations about selection of the desired item, generates human needs, affects the motivation and values of theirs activity, is able to forming a lifestyle.*

*Advertising important part is a deep symbolism based on the mass consciousness stereotypes. Advertised product to the consumer is presented not only as a vital commodity, but mainly as a symbol.*

*It is proved that advertising «myths» are very effective, because they use the mechanism which are organically inherent consciousness, a kind of archetypal structure.*

**Key words:** *social myth, archetype, advertising, manipulation, goods, management.*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.331.2

Л. Є. БРАТЧЕНКО, Л. С. ЧЕРНОУС

### БЕЗРОБІТТЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ

*У статті досліджено одну з основних макроекономічних проблем – безробіття, яка є надзвичайно актуальною для сучасної економіки України й потребує глибокого наукового аналізу та розробки на цій основі практичних рекомендацій. Проаналізовано стан безробіття, його причини, соціально-демографічні характеристики зареєстрованих безробітних у Державній службі зайнятості України за 2014–2016 рр. та I кварталу 2017 р. Визначено його наслідки та напрями подолання. Відзначено роль держави в здійсненні активної політики, яка повинна сприяти зайнятості економічно активного населення країни, зменшенню рівня безробіття до природного.*

**Ключові слова:** безробіття, економічно активне населення, працевлаштування, державний центр зайнятості.

У сучасних ринкових умовах безробіття стає надзвичайно гострою проблемою в Україні. Сьогоднішній стан української економіки не дає ніякої надії на поліпшення ситуації на ринку праці. Прогнози експертів невтішні: кількість безробітних українців зростатиме. Економічна криза в Україні згубно позначається на зайнятості в країні. Тому дослідження проблеми безробіття в сучасних умовах господарювання для України є вкрай актуальним. Більшість економістів і соціологів розглядають безробіття як соціальне зло. Саме з безробіттям пов'язані такі деструктивні явища, як спад виробництва, бідність, соціальна напруга, криміналізація. Безробіття – багатофакторне явище, що впливає на всі сфери суспільного життя, позначається на добробуті населення.

Значний внесок у дослідження безробіття зробили зарубіжні та вітчизняні економісти, такі як: А. Оукен, Ж. Б. Сей, С. Іванов, Г. Кондратьєв, Т. Черниш, П. Нікіфоров, А. Вольська, В. Пиц, Г. Мамонова, О. Піжук, Н. Тілікіна, В. Ярошенко, Т. Панюк та ін. Проте, при всій значущості проведених наукових досліджень, практичні питання безробіття, особливо його сучасного стану, потребують більш ґрунтовного вивчення.

**Метою статті** є аналіз сучасного стану безробіття в Україні, визначення його причин, наслідків та напрямів подолання.

Безробіття – це соціально-економічне явище, для якого характерна незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері економіки. Тобто в реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [2]. При безробітті час-

тина економічно активного населення не може знайти роботу, стає «зайвим» населенням – резервною армією праці [3]. Як показує досвід, головними причинами безробіття є структурні зміни в економіці; спад виробництва на підприємствах; добровільне звільнення з метою пошуку більш сприятливого варіанта трудової діяльності; обмеженість попиту на товари й послуги; зниження попиту на ряд професій, дискримінація на ринку праці щодо жінок, молоді.

В Україні внаслідок впливу різних фінансово-економічних чинників останніми роками, починаючи з 2014 р., кількість безробітного населення змінювалась. Так, чисельність безробітного населення працездатного віку у 2016 р. становила 1677,5 тис. осіб, порівняно з 2015 р. вона зросла на 23,5 тис. осіб (1,4%), а порівняно з 2014 р. до 2016 р. – знизилась на 169,6 тис. осіб (9,2%).

Рівень безробіття у 2016 р. становив 9,7%, порівняно з 2015 р. він зріс на 0,2%. А, якщо порівнювати рівень безробіття 2016 р. та 2014 р., то він залишився незмінним на рівні 9,7%. Чисельність зареєстрованих безробітних у 2016 р. становила 407,2 тис. осіб, або 24,3% від кількості безробітних працездатного віку, порівняно з 2015 р. чисельність зареєстрованих безробітних знизилась на 53,9 тис. осіб, тобто на 13,2%. А якщо порівнювати чисельність зареєстрованих безробітних працездатного віку 2016 р. та 2014 р., то можна спостерігати теж зниження на 51,4 тис. осіб, що становить 12,6%.

У I кварталі 2017 р. чисельність зареєстрованих безробітних працездатного віку становила в середньому 425,1 тис. осіб, порівняно з аналогічним періодом 2016 р. (498,6 тис. осіб) відбулось зниження на 73,5 тис. осіб, що становить 14,7% [6].

Якщо проаналізувати кількість та категорії зареєстрованих безробітних у січні – квітні 2017 р. порівняно з аналогічним періодом 2016 р., то можна спостерігати, що за цей період послугами Державної служби зайнятості скористалися 662,6 тис. осіб безробітних громадян, що на 97,0 тис. осіб менше, ніж у січні – квітні 2016 р. Станом на 1 травня 2017 р. кількість зареєстрованих безробітних становила 374,2 тис. осіб (станом на 1 травня 2016 р. – 434,7 тис. осіб). Статистичні дані свідчать, що кількість зареєстрованих безробітних за аналізований період знизилась на 60,5 тис. осіб, тобто на 13,9%.

Найбільша кількість зареєстрованих безробітних сконцентрована в Дніпропетровській, Харківській, Вінницькій, Полтавській, Запорізькій та Черкаській областях, а найменша – у Закарпатській і Луганській областях. У загальній кількості зареєстрованих безробітних чоловіки становили 45,6%, жінки – 54,4%. Серед регіонів питома вага жінок коливалась від 45,0% у Чернівецькій області до 63,4% – у Закарпатській. Понад 40% зареєстрованих безробітних – особи, що проживають у сільській місцевості. Серед безробітних, які мали професійний досвід, кожен п'ятий раніше



працював у сфері державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування; 18% – у сільському, лісовому та рибному господарстві; 16% – в оптовій та роздрібній торгівлі; 15% – у переробній промисловості. Серед зареєстрованих безробітних третину становила молодь віком до 35 років, 28% – особи віком від 35 до 45 років; 37% – особи старше 45 років. Як і в минулі роки, за пошуком роботи до Державної служби зайнятості найчастіше звертаються громадяни з вищою освітою – 44%, з професійно-технічною – 36%, із загальною середньою – 20%. За професійними групами серед зареєстрованих безробітних переважають робітники з обслуговування, експлуатації устаткування; законодавці, вищі державні службовці, керівників; працівник сфери торгівлі та послуг. Більше ніж половина зареєстрованих безробітних втратили роботу у зв'язку зі звільненням за угодою сторін або із закінченням строку договору, 9% – звільнені за власним бажанням, 12% – до реєстрації в службі зайнятості не працювали понад рік [6].

Аналізуючи роботу Державної служби зайнятості України з безробітними, необхідно звернути увагу на недостатню її ефективність, оскільки чимало безробітних шукали й шукають роботу самостійно. За даними Мінсоцполітики, 30% робочих місць, які пропонують українцям, – це низькооплачувана й низькокваліфікована праця. Тож бути зареєстрованим у службі зайнятості не гарантує можливості знайти гідну роботу. Для українців не є таємницею, що найбільш високооплачувані вакансії не доходять до реєстру регіональних служб зайнятості, а надаються, насамперед, родичам і знайомим їх працівників. Той, хто реально хоче знайти гідну роботу, повинен якимось «віддячити» інспектору служби зайнятості. Проте, існують альтернативні способи працевлаштування. До них належать приватні фірми з працевлаштування й сайти в Інтернеті, на яких можна розміщувати своє резюме та самостійно шукати роботодавця. Практика свідчить, що багато приватних роботодавців не розміщують своїх вакансій у державних центрах зайнятості, оскільки вважають, що там шукають роботу низькокваліфіковані та безробітні похилого віку.

За даними Державної URLУкраїни, число безробітних (без урахування АР Крим та зони проведення антитерористичної операції в Донецькій і Луганській областях) скоротилося в липні 2017 р. до 319,9 тис. осіб, або 1,2% населення працездатного віку. Порівняно із червнем 2017 р. рівень безробіття впав на 3,2%, тобто безробітних стало менше на 10,3 тис. осіб. При цьому кількість безробітних, які отримують допомогу, знизилася до 256,9 тис. осіб – майже на 8,2 тис., а середній розмір допомоги в липні становив 2040 грн (проти 1921 грн у червні 2017 р.). Отримали роботу в липні 2017 р. 6,8% зареєстрованих безробітних (25,5 тис. осіб), а в червні – 8,6% (34,7 тис. осіб) місяцем раніше. За даними Державної служби статистики України, конкурс на одне вакантне місце в липні 2017 р. залишився стабі-

льним з березня 2017 р. – 5 осіб на місце [1]. Отже, спостерігається незначна, але позитивна тенденція зменшення безробітних.

Варто звернути увагу на те, що економічно активні працівники, які за певних обставин (скорочення штатів, банкрутство підприємств, переселення тощо) залишилися без роботи й не отримали відповідної їх рівню кваліфікації пропозиції робочого місця від служб зайнятості, залишаються сам на сам з деструктивними наслідками безробіття. Між тим, безробіття – це біда не тільки окремої людини і її сім'ї, а й суспільства. Дійсно, наслідком безробіття є скорочення обсягів виробництва, а, відповідно, зменшення реального ВВП та зниження рівня життя населення. Але, крім економічних, безробіття має дуже суттєві негативні соціальні наслідки, оскільки, наприклад, серед молодого населення призводить до поглиблення бідності та зuboжіння бюджетів молодих сімей (як наслідок – збільшення розлучень, абортів, зниження народжуваності, збільшення кількості безпритульних і покинутих дітей, дітей-сиріт); відтоку молодих фахівців до розвинутих країн; пошуку альтернативних форм заробітку у сфері неформальної економіки й тіньового бізнесу та підриву інтересу до освіти; посилення криміногенної ситуації в країні.

Негативними наслідками безробіття нерідко є втрата людиною контролю над своєю поведінкою, оскільки вона позбавляється можливості заробляти гроші на необхідні матеріальні блага, що нерідко призводить до правопорушень і злочинів. Крім цього, безробіття призводить до деградації людини як працівника, втрати важливих навичок, кваліфікації, а якщо таких немає, до пошуку доходів сумнівними, напівкримінальними й кримінальними способами. Відрив від трудового джерела доходу та тривале існування на соціальні допомоги призводить до втрати самоповаги, занепаду моральних устоїв, розпаду родини тощо. Існує прямий зв'язок між зростанням самогубств, убивств, крадіжок, психічних захворювань, смертності від серцево-судинних хвороб і високим рівнем безробіття. Нарешті, масове безробіття призводить до погіршення економічної ситуації в країні, до значних соціальних і політичних змін, часто у формі дуже гострих соціальних конфліктів.

Долати безробіття потрібно, застосовуючи різні засоби. Відповідні державні інститути повинні систематично вживати заходів активної політики, які й сприятимуть зайнятості населення, а саме: стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу, що сприятиме створенню нових робочих місць; здійснювати держзамовлення на підготовку спеціалістів відповідно до реального стану попиту на робочу силу; стимулювати підприємців (надання податкових кредитів) за кожне нове створене робоче місце; використовувати страхування на випадок безробіття для субсидування підприємств, які пропонують професійне навчання для внутрішньофірмового повторного прийому на роботу; заохочувати підприємства, які сплачували

страхові внески протягом більше ніж двох років без звільнень робітників; збільшувати терміни та обсяги виплат допомоги по безробіттю.

Необхідно вдосконалювати й діяльність Державної служби зайнятості та її регіональних відділів, акцентуючи на прозорості попиту на робочу силу, розширенні пропозицій перепідготовки безробітних і набуття ними суміжних професій. Україна повинна більш широко досліджувати зарубіжний досвід у сфері зайнятості в країнах Європейського Союзу, зокрема Польщі, де в основу вирішення цього питання покладено гнучку політику зайнятості населення, основними заходами якої є мотивація професійної підготовки працівників протягом усього життя для підвищення кваліфікації або навчання інших професій, що підвищує шанси їх працевлаштування при зміні кон'юнктури ринку праці; підтримка рівних можливостей для всіх на ринку праці; гнучкість умов зайнятості: організації роботи та робочого часу, механізмів формування заробітної плати, мобільності працівників; зміна форм трудових контрактів з урахуванням потреб роботодавців та працівників; сприяння використанню сучасних інформаційних технологій для реалізації гнучких форм зайнятості; адаптація систем соціального захисту для підтримки трудової мобільності трудящих [5].

Місцеві органи самоврядування в Україні повинні налагодити зв'язки приватних фірм і державних центрів зайнятості, глибоко аналізувати ринок робочих спеціальностей. На жаль, сьогодні в Україні працевлаштування безробітних залишається справою рук самих безробітних [4].

**Висновки.** Отже, безробіття – це актуальна проблема, яку в Україні потрібно вирішувати негайно і яка потребує постійного наукового аналізу та підготовки на основі отриманих результатів практичних рекомендацій для державних інституцій і працедавців, які можна використовувати для розробки й реалізації ефективної соціально-економічної політики, спрямованої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально допустимого (природного) рівня.

Проте, усе економічно активне населення має враховувати той факт, що в ринкових умовах господарювання на ринку праці відбувається досить жорсткий відбір найбільш здібних, підприємливих.

Українське сьогодення потребує підвищення мотивації до праці працівників, активізації публічної роботи Державної служби зайнятості, адже ринок стимулює висококваліфіковану працю, високу дисципліну, сприяє створенню жорсткого взаємозв'язку між внеском кожного (граничною продуктивністю праці) й оплатою праці, а відтак потребує активізації трудових ресурсів продуктивного населення країни.

#### **Список використаної літератури**

1. Безробіття в Україні: що змінилося на ринку... URL: [politeka.net/](http://politeka.net/)
2. Лопатіна К. А. Стан та напрями ліквідації проблеми безробіття в Україні. *Управління розвитком*. 2011. № 16 (113). С. 85–86.

3. Покришук В. Підвищення економічної активності безробітного населення України. *Україна: аспекти праці*. 2008. № 4. С. 17–24.
4. Система державної служби зайнятості давно себе... URL: stopcor.org...-derzhavnoyi-sluzhbi-zaynyatosti...sebe....
5. Сучасний зарубіжний досвід формування механізмів регулювання ринку праці. URL: ukrbukva.net/page,3,52002-Sovremennyiy-zarubezhnyiy-o...
6. Уровень безработицы в Украине (2000–2016). URL: index.minfin.com.ua.

Стаття надійшла до редакції 15.07.2017.

**Братченко Л. Е., Черноус Л. С. Безработица в современной Украине: социально-экономический и статистический анализ.**

*В статье исследовано одну из основных макроэкономических проблем – безработицы, которая является чрезвычайно актуальной для современной экономики Украины и нуждается в глубоком научном анализе и разработке на этой основе практических рекомендаций. Проанализировано состояние безработицы, ее причины, социально-демографические характеристики зарегистрированных безработных в Государственной службе занятости Украине за 2014–2016 гг. и I квартал 2017 г. Определены его последствия и направления преодоления. Отмечено роль государства в осуществлении активной политики, которая должна способствовать занятости экономически активного населения страны, уменьшению уровня безработицы к естественному.*

**Ключевые слова:** безработица, экономически активное население, трудоустройство, государственный центр занятости.

**Bratchenko L., Chernous L. Unemployment in Modern Ukraine: Socio-Economic and Statistical Analysis**

*Unemployment is considered as a form of macroeconomic instability, a socio-economic phenomenon, characterized by unemployment is part of the economically active population (labor force) in the field of economics. Identifies the causes of unemployment in Ukraine, the main of which are named: structural changes in the economy; the decline in production in enterprises; voluntary dismissal with the aim of finding a more favorable option work; the drop in demand for goods and services; a decline in demand for a number of professions, labor market discrimination against women and young people.*

*Analysis of the working-age population is unemployed and determined that under the influence of various financial and economic factors in the period from 2014 to 2016 and I quarter of 2017 is the number of changed. The analysis showed that the unemployment rate in 2016 was 9.7%, in comparison with the year 2015 it increased by 0.2%, while in comparison with the year 2014 it has not changed. The number of registered unemployed in the period 2014–2016 years had shown a downward trend: 2016–2015 at 13.2 per cent (53.9 thousand people) and in the period 2016–2014-at 12.6% (51.4 thousand people).*

*Statistics show that in the I quarter of 2017, the number of registered unemployed of working age averaged 425.1 thous. persons that, in comparison with the similar period of the year 2016 (498.6 thous.) it fell to 73.5 thous. persons. (14.7%). The paper analyses the number and categories of registered unemployed in the period January-April 2017 of the year and the same period of the year 2016. The analysis showed that the services of the public employment service in 2017 year (January-April) took advantage of 662.6 thousand people that on 97.0 thous. less than in the corresponding period of the year 2016. Statistics show that the number of registered unemployed for the analyzed period decreased by 13.9% compared to the same period in the year 2016.*

*The work presents the regions and statistics, as of May 1, 2017, more concentrated and less than the number of registered unemployed persons on various grounds. The main reason this is called the insufficient work of the State employment service. Her work has no*

effect, since there is State employment service no collaboration with private business. High-paying jobs do not reach ordinary unemployed, according to the Ministry of social policy, 30% of jobs that offer Ukrainians is poorly paid and qualified labor.

In the work are the main consequences of unemployment. Without a job a person has no opportunity to satisfy their primary needs, earn their wealth. It degrades as the employee loses their knowledge and skills, thereby worsens economic situation of the country.

To solve the problem of employment of the economically active population is invited to the State to implement a number of actions, and perhaps reforms that will promote employment. These are: the reform of the public employment service, which will actively cooperate with enterprises of various ownership forms; stimulating the development of small and medium-sized businesses; unemployment insurance policies to subsidize enterprises; providing business tax credits that would encourage businesses to create new jobs, etc.

The work suggests that the economically active population, in turn, should take into account the fact that the market is competitive, it's a very tough selection the most able, enterprising.

**Key words:** unemployment, economically active population, employment, national employment Center.

УДК [[316.77:077]:316.334.55]:303.025

**І. Ф. ІВАНОВА**

## **РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА**

*У статті розглянуто інтернет-комунікацію як комунікативний компонент структури соціокультурного середовища міста; викладено результати аналізу теоретичної спадщини класиків інформаційного суспільства; результати емпіричного дослідження, проведеного кафедрою соціології Чорноморського національного університету імені Петра Могили з метою виявлення ступеня залученості мешканців м. Миколаєва до комунікативних мережевих практик. З'ясовано, що найбільший попит у городян мають соціальні мережі та електронна пошта, найменший – блоги, форуми, відеочати; існує гендерна відмінність та вікові особливості в уподобаннях респондентів щодо різних способів інтернет-комунікації.*

**Ключові слова:** *Інтернет, інтернет-комунікація, комунікативні мережеві практики, місто, соціокультурне середовище.*

У сучасній Україні, за умов швидкого розповсюдження новітніх телекомунікаційних технологій, неможливо не враховувати не тільки самого факту існування інтернет-простору, а і його впливу на всі сфери суспільного життя, включаючи комунікаційну. Зарубіжні й українські науковці зараховують Інтернет до найбільш потужних засобів масової інформації, а інтернет-комунікацію вважають фактором, який суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій окремої особистості, соціальних груп і суспільства загалом. Також варто зауважити, що інтернет-простір необхідно розглядати як складову соціально-культурного простору окремої країни, окремого регіону, міста, закладу освіти чи культури. Сьогодні, за умов реалізації державної політики децентралізації, автору статті видається актуальним досліджувати проблему ролі інтернет-комунікації у формуванні міського соціокультурного простору.

Проблемі інтернет-комунікації присвячено достатньо наукових праць представників різних галузей вітчизняної науки, у тому числі соціології, в яких висвітлено різні аспекти цієї теми. Автор статті, не претендуючи на повноту аналізу, звертає увагу на ті наукові розробки, що викликали інтерес у зв'язку з темою власного дослідження, насамперед, на дисертаційні роботи.

Особливості формування віртосоціальних відносин і практик, як основи інституціалізації Інтернету розкрито в дисертації Л. С. Черноус [23]. Я. О. Горбенко, досліджуючи наукові комунікації, зазначає, що мережева форма комунікації набуває нового еволюційного етапу з розвитком інтернет-середовища [4]. С. М. Коноплицький вивчав соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет [10], О. Б. Буданова – особливості політичної комунікації в інтернет-просторі [3], Н. В. Коритнікова – інтернет-пред-

ставництво як комунікативний ресурс державного управління [11]. О. І. Горошко – гендерні аспекти інтернет-комунікації і, розробивши концепцію нової гендерної моделі, яка виникає в інтернет-комунікації, описала її вплив на розвиток гендерних відносин в Україні [5].

Актуальні питання функціонування інтернет-комунікації в сучасному суспільстві порушено у дисертаціях представників філософії та психології. У дисертації О. О. Сотникової «Гра та комунікація в соціальній віртуальній реальності» сформульовано основні принципи комунікативних практик суб'єкта в соціальній віртуальній реальності (інтертекстуальність, анонімність, ігри з ідентичностями), а також доведено, що основною стратегією комунікативних практик в Інтернеті є іронія [19]. У роботі Є. В. Уханова мережеву комунікацію розглянуто як фактор, який конструює соціальну віртуальну реальність та є основоположним принципом самовизначення індивіда в мережевих комунікаціях [21]. В. М. Фатурова розглядає інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості [22], Т. В. Карабин вивчала вплив особливостей спілкування в мережі Інтернет на процес соціалізації студентської молоді [7].

Варто звернути увагу на фахові наукові публікації з проблематики інтернет-комунікації. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу досліджували М. Сидоров та Д. Табаков [17], особливості комунікації в Інтернеті – В. Слободян [18], комунікативний процес і мовну ситуацію в Інтернеті – І. В. Девтеров [6], блог та e-mail як жанри інтернет-комунікації – О. Ю. Коваленко [9]. Інтернет-комунікаціям, кіберкультурі та віртуальній реальності присвячено навчально-методичний посібник С. А. Літінського [13].

Дослідження соціокультурного середовища здійснюється в площині філософії, культурології, соціології та інших гуманітарних дисциплін. Про роль соціокультурного середовища в розвитку особистості йдеться в науковій статті О. В. Новосьолова [16], у модернізації сучасного українського міста – Л. В. Афанасьєвої [1], яка також проаналізувала дослідження соціокультурного простору та його окремих елементів у зарубіжній соціології [1, с. 71]. Р. П. Шульга вивчала соціокультурне середовище як простір ідентичностей та ідентифікацій [24]. Російський науковець Н. А. Костко вивчала соціальну активність городян як ресурс розвитку соціокультурного простору міста [12].

Проблема ролі інтернет-комунікації у формуванні й розвитку соціокультурного середовища є недостатньо розробленою. На думку автора статті, її вивчення потребує соціологічного підходу.

**Мета статті** – виклад основного матеріалу дослідження, проведеного Центром соціологічних досліджень Чорноморського національного університету імені Петра Могили (далі – ЦСД ЧНУ ім. П. Могили), у межах наукового проекту кафедри соціології «Ефективне функціонування та

розвиток регіонального соціокультурного середовища в умовах децентралізації як запорука національної безпеки України» (керівник проекту – професор І. А. Мейжис, відповідальний виконавець – доцент Л. В. Калашнікова) з метою визначення ролі інтернет-комунікації у формуванні й розвитку соціокультурного середовища міста.

Теоретичною базою дослідження є класичні праці зарубіжних науковців М. Кастельса, Е. Тоффлера, Ж. Бодріяра, Н. Лумана, Г. М. Маклуена. У книзі Мануеля Кастельса «Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства» привертають увагу такі твердження: характер використання Інтернету як глобальної мережі комунікації визначається людською діяльністю в конкретних історичних умовах [8, с. 20]; для розвитку Інтернет-мережі значення має «географія» (регіональний фактор), що продемонстрував М. Кастельс на прикладі великих міст, окремих регіонів та особливостей життя в конкретному населеному пункті [8, с. 21]; головними творцями Інтернет-мережі є її користувачі, які пристосовують мережу до своїх потреб та своєї системи цінностей [8, с. 44]. М. Кастельс продемонстрував у своїй роботі можливості кількісного виміру Інтернету (споживачі, контент, розташування), що може слугувати основою для побудови програми емпіричного соціологічного дослідження інтернет-комунікації.

Елвін Тоффлер, характеризуючи «третю хвилю» розвитку цивілізації та роль засобів масової комунікації в цьому процесі, стверджував, що, поперше, для цього етапу цивілізаційного розвитку характерними є позбавлення «стандартизації, синхронізації та централізації»; по-друге, саме «комп'ютери й засоби масової комунікації спроможні допомогти нам у створенні спільності», «дають нам змогу за допомогою електроніки демонструвати свій образ світу»; по-третє, демасифікація ЗМІ призводить до «підвищеного усвідомлення власної індивідуальності», «кристалізації сутто особистісних якостей», «дає кожному з нас більш складний образ себе» [20].

Протилежну думку висловлював Ж. Бодріяр. Він вважав, що масмедіа – «це не просто сукупність технічних засобів для розповсюдження змісту інформації, це нав'язування моделей» [2]. Німецький соціолог Н. Луман пропонував залишити відкритим питання щодо того, чи може комп'ютер бути більш ефективним, ніж людина, у здійсненні комунікаційної дії; чи можна роботу на комп'ютері або гру на ньому вважати комунікацією; але зауважував, що саме «нові медіа двадцатого століття ще раз суттєво розширили планетарно-масштабні можливості комунікації» [14, с. 144]. Герберт Маршалл Маклуен звертав увагу як на негативні, так і на позитивні наслідки впливу на людей будь-якого засобу комунікації: на його думку, автоматизація «створює для людей ролі» і тим самим сприяє поглибленню їх зв'язків [15].



У ході опрацювання понятійного апарату дослідження дійшли висновку, що найбільш точно визначає сутність комунікації через Інтернет-мережу за допомогою телекомунікаційних засобів поняття «інтернет-комунікація», яке використовували більшість згаданих науковців (О. І. Горошко, С. М. Коноплицький, Н. В. Коритнікова, С. А. Літінський, В. Слободян) [5; 10; 11; 13; 18]. Науковці М. Сидоров і Д. Табаков використовують терміни «комп'ютерноопосередкована комунікація» та «кіберкомунікація» [17, с. 122], Я. О. Горбенко і Є. В. Уханов – «мережеві комунікації» і «мережева форма комунікації» [4; 21]; О. Ю. Коваленко – «електронна комунікація» [9]; О. О. Сотникова – «комунікативні практики в Інтернеті» [19].

Стосовно сутності поняття «соціокультурне середовище міста» взяли за основу визначення Л. В. Афанасьєвої: «це синтез соціальної та культурної сфер життєдіяльності міської спільноти; сукупність суспільних, матеріальних і духовних умов існування городян» [1, с. 73]. Соціокультурне середовище має особливі компоненти структури, серед яких науковці виділяють: просторово-семантичний, символічний, змістовний, комунікативний та організаційний [16].

Емпіричну базу дослідження становлять матеріали соціологічного дослідження, проведеного ЦСД ЧНУ ім. П. Могили в лютому 2017 р. (за участю автора статті й студентки-випускниці бакалаврату Ю. Волкової), завданнями якого, поряд з іншими, було виявлення мотивації звернення до Інтернет-ресурсів та ступеня залученості мешканців м. Миколаєва до різних комунікативних мережевих практик як комунікативного компонента соціокультурного середовища м. Миколаєва. Методи дослідження: анкетне опитування (Омнібус), вторинний аналіз первинної соціологічної інформації. Анкетне опитування проведено за вибіркою, багатоступеневою, районованою, власне ймовірнісною, квотною; репрезентативною за віком, а також за статтю та місцем проживання респондентів; опитано 400 осіб – представників дорослого населення м. Миколаєва (з 18 років).

Одновимірний розподіл даних опитування дав змогу виявити уподобання городян стосовно різних способів інтернет-комунікації та частоти їх використання. Найбільш популярними виявилися соціальні мережі: 40,8% респондентів використовують їх щоденно; 16,3% – раз на тиждень. Другу позицію за частотою використання посідає електронна пошта, послугами якої 24,5% опитаних користуються щоденно; 19,3 – раз на тиждень. Найменший попит мають такі способи інтернет-комунікації, як блоги та форуми (57,8% респондентів ніколи їх не використовували), а також відеочати, до яких не зверталися 55,3% опитаних городян.

Двовимірний розподіл даних за статтю виявив, що жінки більш активно користуються соціальними мережами, ніж чоловіки: серед тих, хто обрав відповідь «щоденно», – 58,3% жінок і 41,7% чоловіків. Майже однаковою мірою респонденти обох статей представлені у варіанті відповіді сто-

совно щоденного користування електронною поштою: 51% чоловіків і 49% жінок. Серед респондентів, які відповіли, що не користуються такими способами інтернет-комунікації, як блоги, форуми, відеочати, більше жінок, ніж чоловіків (відповідно 56,7% і 43,3%; 57,9% і 42,1%).

Чому саме соціальні мережі активніше за інші способи інтернет-комунікації використовують мешканці м. Миколаєва, з'ясували, проаналізувавши відповідь респондентів на запитання щодо мети звернення до Інтернет-ресурсів (мотиваційна складова мережевих комунікативних практик). Так, 13,6% опитаних обрали варіант відповіді «ознайомлення з новинами, поточною інформацією», 13,1% – «шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять». Знайшли підтвердження й дані про уподобання городян щодо електронної пошти: 9,5% відповіли, що зазвичай звертаються до Інтернет-мережі саме із цією метою. Третю позицію посідає варіант відповіді «знаходжу й слухаю/переписую музику, фільми» (9,0%) (табл. 1).

Таблиця 1

**Результати опитування щодо мети звернення до Інтернету  
(одновимірний розподіл, %)**

З якою метою Ви зазвичай використовуєте Інтернет?	%
1. Ознайомлення з новинами, поточною інформацією	13,6
2. Пошук інформації для навчання/підвищення кваліфікації	6,4
3. Просто блукаю по мережі	4,8
4. Спілкуюся в чатах, ICQ, соціальних мережах	6,9
5. Беру участь у форумах, онлайн-конференціях	1,8
6. Користуюсь електронною поштою	9,5
7. Читаю книги	4,9
8. Шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять (кулінарія, спорт, автомобілі тощо)	13,1
9. Шукаю інформацію щодо працевлаштування	3,2
10. Знаходжу й слухаю/переписую музику, фільми	9,0
11. Граю в комп'ютерні онлайн-ігри	4,0
12. Шукаю однодумців, партнерів	1,9
13. Спілкуюся за допомогою Skype, Sipnet тощо	8,0
14. Шукаю/купую товари, послуги	7,3
15. Працюю (створюю сайти на замовлення, поширюю рекламу тощо)	1,8
16. Відвідую сайти державних, громадських структур	2,7
17. Інше	1,1

Аналіз отриманих даних за статтю свідчить, що жінки-респонденти дещо більшою мірою, ніж чоловіки, звертаються до Інтернету без будь-якої мети (55,2% проти 44,8%), а також з метою пошуку інформації для навчання й підвищення кваліфікації (54,5% проти 45,5%); ознайомлення з новинами та поточною інформацією (53,3% проти 46,7%). Водночас опитані чоловіки набагато активніше грають у комп'ютерні онлайн-ігри (75% проти 25%); спілкуються за допомогою Skype, Sipnet (75% проти 25%); шукають однодумців, партнерів (75% проти 25%).

Двовимірний розподіл даних опитування городян за віком виявив таку тенденцію. Найбільш активними учасниками інтернет-комунікації є респонденти віком 30–45 років. Так, відсоток їх відповідей у варіантах «участь у форумах, онлайн-конференціях», «користування електронною поштою» становить по 77,8; у варіантах «читаю книги» і «шукаю інформацію за темами, що мене цікавлять» – по 71,4; «шукаю інформацію щодо працевлаштування» – 66,7. Перевага респондентів віком 18–29 років була виявлена за такими варіантами відповіді: «шукаю/кую товари, послуги» (66,7%), «спілкуюся в чатах, ICQ, соціальних мережах» (52,2%). Респонденти вікової категорії 60 років і старше найменш задіяні в здійсненні комунікаційної діяльності через мережеві ресурси (8,2% звертаються до Інтернету як джерела новин), що можна пояснити як їх фінансовою неспроможністю, так і прагненням використовувати традиційні, а не віртуальні форми комунікації.

**Висновки.** За результатами теоретичного дослідження проблематики інтернет-комунікації зроблено висновок щодо необхідності соціологічного підходу до визначення місця й ролі інтернет-комунікації у формуванні та розвитку соціокультурного середовища міста. За результатами емпіричного дослідження з'ясовано, що найбільшим попитом у городян користуються соціальні мережі та електронна пошта, найменшим – блоги, форуми, відеочати. Жінки більш активно користуються соціальними мережами, ніж чоловіки, але практично однаково з ними – електронною поштою. Серед тих, хто взагалі не користується такими способами інтернет-комунікації, як блоги, форуми, відеочати, більше жінок, ніж чоловіків.

Виявлена гендерна відмінність і в мотиваційній складовій звернення до різних форм інтернет-комунікації. Жінки-респонденти більшою мірою, ніж чоловіки, звертаються до Інтернету з метою пошуку інформації для навчання й підвищення кваліфікації, для ознайомлення з новинами та поточною інформацією. Респонденти-чоловіки віддають перевагу комп'ютерним онлайн-іграм, спілкуванню за допомогою Skype і Sipnet, пошукам однопартнерів і партнерів. Було з'ясовано, що активно використовують форми комунікації, опосередковані комп'ютером, респонденти працездатного віку (18–45 років), причому респонденти 18–29 років віддають перевагу спілкуванню в соціальних мережах і чатах, а 30–45-річні, крім соціальних мереж, ще електронній пошті, онлайн-конференціям, форумам; респонденти ж 60 років і старше віддають перевагу традиційним комунікаційним практикам.

Дослідження місця й ролі інтернет-комунікації у формуванні та розвитку соціокультурного середовища міста на емпіричному рівні продовжується в межах реалізації вищезазначеного проекту кафедри соціології у співпраці з міськими органами влади та громадськістю міста.

### Список використаної літератури

1. Афанасьєва Л. В. Роль соціокультурного середовища в модернізації сучасного українського міста. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія: Соціологія.* 2014. Т. 234. Вип. 222. С. 70–74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc\\_2014\\_234\\_222\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2014_234_222_16).
2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. URL: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Rekviem.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Rekviem.php).
3. Буданова О. Б. Політична комунікація в інтернет-просторі: український контекст : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Харків, 2015. 20 с.
4. Горбенко Я. О. Наукові комунікації в сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. Харків, 2010. 20 с.
5. Горошко О. І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій : автореф. дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.04. Харків, 2010. 33 с.
6. Девтеров І. В. Комунікативний процес і мовна ситуація в Інтернеті. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-11469.html>.
7. Карабин Т. В. Вплив особливостей спілкування в мережі Internet на процес соціалізації студентської молоді : авт. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2005. 20 с.
8. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Харитонов. Екатеринбург, 2004. 328 с.
9. Коваленко О. Ю. Блог та e-mail як жанр інтернет-комунікації. Лінгвістичні особливості реалізації комунікативних стратегій. URL: [epository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14872/1/Коваленко%20статья%20.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14872/1/Коваленко%20статья%20.pdf).
10. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: фемінологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Київ, 2007. 20 с.
11. Коритнікова Н. В. Інтернет-представництво як комунікативний ресурс державного управління : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Харків, 2008. 20 с.
12. Костко Н. А. Социальная активность горожан как ресурс в управлении развитием города. *Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования.* 2016. Т. 2. № 1. URL: [https://vestnik.utmn.ru/upload/iblock/57b/056\\_071.pdf](https://vestnik.utmn.ru/upload/iblock/57b/056_071.pdf).
13. Літінський С. А. Інтернет-комунікації, кіберкультура та віртуальна реальність : навч.-метод. посіб. для студ. соц. фак-ту. Харків, 2011. 52 с.
14. Луман Н. Общество общества. Часть 2. Медиакоммуникации / пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. Москва, 2005. 280 с.
15. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. Москва, 2003. 464 с.
16. Новосьолов О. В. Соціокультурне середовище і розвиток особистості. *Педагогічний дискурс.* 2011. Вип. 10. С. 363–367. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk\\_2011\\_10\\_91](http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk_2011_10_91).
17. Сидоров М., Табаков Д. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59836/12-Sidorov.pdf?sequence=1>.
18. Слободян В. Особливості комунікацій в Інтернеті. *Наукові записки. Серія «Культурологія».* 2013. Вип. 12. С. 259.
19. Сотникова О. О. Гра та комунікація в соціальній віртуальній реальності : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Харків, 2005. 17 с.
20. Тоффлер Э. Третья волна. Москва, 1999. 263 с.
21. Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03. Харків, 2010. 18 с.

22. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2004. 20 с.

23. Черноус Л. С. Інституціоналізація Інтернет у сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. Запоріжжя, 2011. 20 с.

24. Шульга Р. П. Соціокультурне середовище як простір ідентичностей та ідентифікацій. *Соціокультурні ідентичності та практики* / за ред. А. Ручки. Київ, 2002. С. 124–141.

Стаття надійшла до редакції 15.06.2017.

---

### **Иванова И. Ф. Роль интернет-коммуникации в формировании социокультурной среды города**

*В статье интернет-коммуникация рассматривается как коммуникативный компонент социокультурной среды города; изложены результаты анализа теоретического наследия классиков информационного общества; результаты эмпирического исследования, которое было проведено кафедрой социологии Черноморского национального университета имени Петра Могилы с целью выявления степени включенности жителей г. Николаева в сетевые коммуникативные практики. Выявлено, что наибольшей популярностью у горожан пользуются социальные сети и электронная почта, менее популярны – блоги, форумы, видеочаты; существуют гендерные отличия и возрастные особенности в предпочтениях респондентов по отношению к разным видам интернет-коммуникации.*

**Ключевые слова:** Интернет, интернет-коммуникация, коммуникативные сетевые практики, социокультурная среда.

### **Ivanova I. The Role of Internet Communication in the Formation of Urban Socio-Cultural Environment**

*Enough scientific works of representatives of various sectors of Ukrainian science are devoted to the problem of Internet communication, research of the socio-cultural environment is also carried out in the plane of many human sciences, but only sociology allows us to explore the social essence of these phenomena and their significance for the development of society.*

*The article considers Internet communication (communication via the Internet network with the help of telecommunications facilities) as a communicative component of the structure of the socio-cultural environment of the city, the socio-cultural environment – as a synthesis of the social and cultural spheres of the urban community; A set of social, material and spiritual conditions for the existence of citizens.*

*The results of the analysis of the theoretical heritage of the information society classics (foreign scientists M. Castells, E. Toffler, J. Baudrillard, N. Luhmann, G. McLuhan) present the features of using the Internet, the possibilities of its quantitative measurement, the negative and positive impact of Internet communication on the formation socio-cultural environment of the city and also analysis of Ukrainian dissertational research and scientific publications are devoted to various aspects of the Internet communication problem (gender, the importance of political communication in the network, the genres of Internet communication, etc.).*

*The article contains the results of an empirical sociological study conducted by the Center for Sociological Studies of the Petro Mohyla Black Sea National University within the framework of the scientific project of the Department of Sociology «Effective functioning and development of the regional socio-cultural environment in the context of decentralization as a guarantee of Ukraine's national security» (project leader: Professor I.A. Meizhis, the responsible performer is associate professor L.V. Kalashnikova). Purpose: to identify the*

*degree of involvement of the inhabitants of Mykolaiv in communicative network practices. Research methods: questionnaire (Omnibus), secondary analysis of primary sociological information. The questionnaire was conducted on a sample, multistage, zoned, probabilistic, quota; Representative by age, as well as by sex and place of the respondents residence, 400 people were interviewed – representatives of the adult population of the city of Mykolaev (from the age of 18).*

*According to the results of the research, it is established that social networks and e-mails are the most popular among citizens. Blogs, forums, video chats is least popular. Social networks are more actively used by women than men, but e-mail is used the same by both. Among those who do not use Internet communication at all, such as blogs, forums, video chat, are more women than men.*

*A gender difference was found in the motivational component of the addressing to various forms of Internet communication. Women respondents are more likely access to the Internet in order to find information for training and further training, to learn about news and current information than men. Interviewed men much more actively play online computer games, communicate via Skype and Sipnet, look for like-minded people and partners.*

*It was revealed that active using computer communication forms, respondents of working age (18–45 years old), respondents aged 18–29 prefer to communicate in social networks and messengers. 30–45 years old use not only social networks but also e-mail, online conferences and forums. Respondents of the age category of 60 years and older are least involved in the implementation of communication activities through network resources (a small percentage refers to the Internet as a source of news), which can be explained both by their financial fragility and by the desire to use rather traditional than virtual forms of communication.*

**Key words:** *Internet, internet communication, network communication practices, city, socio-cultural environment.*

УДК 364.04

О. О. КОМАРОВА, О. С. СЛАВІНА

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЗАХИЩЕНІСТЬ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

*У статті досліджено стан соціального захисту та особливості адаптації внутрішньо переміщених осіб в Україні у зв'язку з розгортанням військового конфлікту на Сході України та анексією АР Крим. Проаналізовано соціально-економічні проблеми, з якими стикаються переселенці сучасних умовах. Розглянутая шляхи та методи державної підтримки внутрішньо переміщених осіб з метою їх успішного професійно-життєвого відтворення та соціально-економічної інтеграції в соціумі на нових місцях проживання.*

**Ключові слова:** внутрішньо переміщені особи (ВПО), переселенці, біженці, військовий конфлікт, соціальний захист, соціально-економічна інтеграція, масові міграції, соціальна адаптація.

Актуальність дослідження пов'язана з подіями в Україні, що виникли з розгортанням військового конфлікту на територіях східних областей (Донецької та Луганської), а також анексією АР Крим, які спричинили масові міграції населення та актуалізували для України проблему біженців і внутрішньо переміщених осіб. В Україні до 2014 р. подібна проблематика не була такою гострою, оскільки такої категорії суб'єктів права, які б мали статус «внутрішньо переміщених осіб», на території України майже не існувало.

Однак вивчення проблем, пов'язаних із захистом біженців, мають свою традицію в західноєвропейській науці, зокрема в працях таких дослідників, як: Дж. Вернант, А. Грал-Медсен, Г. С. Гудвін-Гілл, Р. Дженнінгс, Дж.-Й. Карлієр, К. Мусало, Дж. Мур, Л. В. Холборн та Б. С. Чімні, П. Банек, Л. Барнетт, М. Белл, Г. Борхельт, С. Вайдліх, М. Дж. Гібні, С. Едмінстер, Дж. Макадам, Р. Хансен, а також Дж. Хетеуей та А. Хурвіц та ін. На теренах СНД певних результатів аналітично-упорядницької й науково-дослідної діяльності в окресленій проблематиці досягли С. Бритченко, О. Малиновська, Ю. Сарашевський, А. Селіванов та ін.

У вітчизняній науці станом на 2016 р. також з'явилися як комплексні, так і окремі дослідження правового забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб, зокрема: О. Бандурки, М. Буроменського, В. Гринчака, В. Євінтової, Д. Іванової, Т. Квашилави, І. Ковалишина, О. Кузьменка, С. Мосьондза, В. Новіка, В. Олефіра, В. Палька, О. Піскуна, В. Потапової, Ю. Римаренко, М. Сіранта, В. Снігура, Н. Тиндика, С. Чеховича, С. Чехович та ін.

Історично інститут переміщених осіб набув особливої актуальності в період Другої світової війни, в умовах, коли величезну кількість людей примусово було депортовано з Німеччини та окупованих нею країн, а та-

кож переміщень тих осіб, які вимушено покинули країну свого громадянства/проживання, рятуючись від переслідування нацистів. Саме для захисту таких осіб у 1946 р. ООН заснувала Міжнародну організацію у справах біженців, в статуті якої термін «переміщені особи» й було закладено в основу поняття «біженець».

У міжнародному праві вперше термін «особи, переміщені всередині країни» почали застосовувати лише наприкінці ХХ ст., коли міжнародна спільнота звернула увагу на необхідність міжнародної інтеграції щодо питань захисту прав зазначених осіб. Проте запроваджені механізми того часу переважно регулювали правовий захист біженців, залишаючи поза увагою необхідність соціально-економічного захисту осіб, які покинули територію свого громадянства, та осіб, які з певних причин вимушені були переміщатись усередині власної держави.

Наслідками незаконної анексії Російською Федерацією АР Крим у березні 2014 р. і збройного конфлікту, що почався в квітні 2014 р. у східній Україні, стали великі страждання цивільних осіб, зокрема масові міграції як усередині країни, так і за її межі. Українські громадяни як з Криму, так і зі східних регіонів на території материкової України стикаються зі значними проблемами, що пов'язані з їхньою незахищеністю та повільною соціальною адаптацією. Такі особи особливо гостро потребують різнопланових видів допомог: матеріальної, соціальної, психологічної тощо. Це зумовлено цілою низкою соціокультурних проблем, пов'язаних із різним світоглядом, відмінними моделями поведінки, специфікою мовного діалекту, політичними переконаннями та багатьма іншими чинниками. Зазначені суперечності загострюються також інформаційними провокаціями, що націлені на посилення стигматизації й ворожнечі між громадянами однієї країни.

Таким чином, ситуація, що відбувається, потребує: по-перше, належного соціального державного захисту та підтримки й взаєморозуміння з боку суспільства, що приймає (яке, як відомо, не завжди позитивно налаштовано до внутрішньо переміщених осіб); по-друге, правильного та нагального розв'язання проблем, оскільки роз'єднане суспільство не має шансів успішно протистояти зовнішній агресії.

Саме ці аспекти зумовлюють актуальність цієї статті та її *мету* – дослідження проблеми соціально-економічної захищеності внутрішньо переміщених осіб в Україні у зв'язку з розгортанням військового конфлікту на Донбасі та анексією АР Крим, а також пошук шляхів і заходів, що спрямовані на їх підтримку та соціальну адаптацію на нових територіях проживання.

У сучасних умовах, згідно із чинним законодавством України, «...внутрішньо переміщеною особою (ВПО) вважається громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у ре-



зультаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру» [1]. Дані міжнародної неурядової організації «Internal Displacement Monitoring Centre» (IDMC) станом на кінець 2016 р. засвідчують, що загалом у світі зареєстровано майже 40 млн осіб, які були переміщені в межах своїх країн. З них понад 1,5 млн – це українці, які стали вимушеними переселенцями й залишили власні домівки через анексію Криму та розгортання збройного-військового конфлікту на сході України. Цей показник вивів Україну на 9-те місце у світі, він вважається найгіршим показником із часів Другої світової війни [7].

Станом на кінець 2016 р. (відповідно до інформації кластера з питань захисту УВКБ ООН) в Україні існувало майже 1,8 млн офіційно зареєстрованих внутрішньо переміщених осіб (переселенців), з яких близько 1,3 млн – з Донбасу і Криму. Понад 1 млн осіб звернулись за призначенням грошової допомоги й отримали її. Близько 60% з усієї кількості внутрішньо переміщених осіб – це діти та особи похилого віку. Проте значна їх зареєстрована кількість стала переселенцями не власне через конфлікт, а перемістились на територію, що контролювана урядом та зареєструвалися як внутрішньо переміщені особи з метою отримання пенсій, виплата яких передбачена національним законодавством для цієї когорти осіб. Загалом з початку 2016 р. на допомогу профінансовано майже 3 млрд грн [2; 5].

А ось дані щодо кількості переселенців, які знаходяться на територіях, що не підконтрольні уряду, відсутні. Відповідно до статистики з офіційних джерел, в інших країнах опинились понад мільйон українців, які звернулись за статусом біженця або іншими способами намагаються врегулювати перебування в прикордонних державах: у Російській Федерації знаходиться більше ніж 1 млн осіб, у Білорусії – майже 130 тис. осіб. [6; 4]. В умовах, що склались, соціальний захист внутрішньо переміщених осіб має бути одним із пріоритетних напрямів сучасної державної політики, натомість реалії свідчать, що в Україні досі відсутня єдина стратегія комплексної державної допомоги їм із чіткими цілями, завданнями, пріоритетами та критеріями оцінювання. А з метою вирішення низки проблем, з якими вони стикаються, доцільно координувати зусилля держави та активну позицію громадянського суспільства, що можливо лише за умов володіння реальними, достеменно відомими, офіційними, статистичними даними щодо кількості внутрішньо переміщених осіб, а також даними соціальних опитувань та моніторинрів на предмет того, якої конкретно допомоги вони потребують. З метою ефективного розв'язання окреслених проблем, вважаємо, доречним використовувати досвід інших країн щодо ефективної координації та адаптації внутрішньо переміщених осіб.

Ситуація, що наразі відбувається в Україні з регулюванням правового та соціально-економічного захисту переселенців, навпаки, є вкрай не-

стабільною. Вона скоріше спрямована на уникнення масових соціальних вибухів у суспільстві, аніж на належний ефективний їх соціальний захист. Протягом двох з половиною років внутрішнього переміщення осіб влада України непевно та досить повільно реалізує політику стабілізації ситуації в Україні щодо гарантування та забезпечення реалізації конституційних прав переміщених громадян. Проте, не можна не відзначити й ряд позитивних зрушень: прийняття законодавчої бази, що закріплює права і свободи внутрішньо переміщених осіб, створення Міністерства з питань тимчасово окупованих територій.

Так, наприклад з метою посилення гарантії дотримання прав і свобод ВПО та спрощення процедур їх обліку із січня 2016 р. до Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» були внесені такі основні зміни: на облік внутрішньо переміщені особи можуть бути взяті іноземці та особи без громадянства; довідка внутрішньо переміщеної особи діє безстроково і дійсна з моменту її видачі і без необхідності проставляти в ній штамп міграційної служби; внутрішньо переміщені особи, які проживали в зоні АТО або на тимчасово окупованій території, проте не мали там постійної реєстрації, можуть стати на облік шляхом доведення факту проживання на цих територіях за допомогою документів, що підтверджують такий факт; деталізовано процедуру скасування дії довідки внутрішньо переміщеної особи у випадку повернення особи до покинутого місця постійного проживання; спрощено процедуру звільнення особи з роботи, якщо вона перемістилась із зони АТО чи тимчасово окупованої території і не встигла припинити трудові відносини. Фахівці засвідчують, що більшість здійснених урядом кроків є недостатньо ефективними, а окремі з них узагалі суперечать Конституції України та міжнародним правовим нормам [5].

Так, моніторинг стану виконання положень оновленого Закону свідчить про низку проблем у його правозастосуванні [2; 5; 6]:

– припинення або відмова в нарахуванні соціальних виплат, перевірки, незрозумілість процедур. За даними громадських організацій, що надають правову допомогу внутрішньо переміщеним особам, відомо, що вони часто звертаються по юридичну допомогу з питань відновлення документів (паспорт, ПІН, документи про освіту, правовстановлюючих документів на майно), отримання довідок та субсидій;

– існують проблеми й у сфері працевлаштування та пошуку/купівлі/-винаймання житла. Основними з них, з якими стикалися приблизно 40% переселенці під час пошуку роботи, – це низькі заробітні плати та невідповідність вакансій їхній освіті та професії. Вони зазначають, що роботодавці не бажають їх наймати й розцінюють це як певну дискримінацію місцевого населення. Щодо проблем із житлом, то статисти стверджують, що приблизно у 90% випадків внутрішньо переміщені особи в Україні мешкають у приватних секторах (орендовані будинки/квартири), які змушені оплачу-

вати за власний рахунок, оскільки державна грошова допомога не покриває всієї вартості оренди. Державою не виконуються положення законодавства щодо забезпечення переселенців безоплатним тимчасовим житлом за умов сплати за комунальні послуги, як це встановлено абзацом восьмим п. 1 ст. 9 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб». А близько 4% з них досі проживають у місцях компактного поселення, що ймовірно уповільнює їхню успішну інтеграцію в громаду, що приймає;

– при розірванні внутрішньо переміщеними особами трудових відносин з роботодавцем, який перебуває на непідконтрольних територіях, через брак коштів не всі вони мають можливість оплатити послуги нотаріуса із засвідчення відповідної заяви про розірвання трудових відносин;

– відомо, що уряд дискримінує переселенців щодо вибору банку під час отримання соціальних і пенсійних виплат, адже вони змушені користуватись послугами виключно ПАТ «Державний ощадний банк України»;

– відсутній чіткий механізм взяття на облік дітей внутрішньо переміщених осіб без супроводу.

Серед негативних моментів варто наголосити ще й на тому, що на практиці до прийняття Постанови Уряду України «Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України» від 14 березня 2016 р. № 167. у зв'язку з правовою плутаниною у запроваджених законах мали місце ігнорування органами влади положення Закону щодо безстроковості дії довідки внутрішньо переміщеної особи – і як наслідок вони лишилися можливості отримувати соціальні виплати.

Звісно, названими недоліками не вичерпується увесь перелік проблем, з якими стикаються внутрішньо переміщені особи в сучасних умовах в Україні, адже проблемне поле – досить велике, і його окреслюють та розуміють усі причетні суб'єкти: урядовці, чиновники, науковці, юристи, психологи, медики, профспілки тощо, власне й самі ці люди.

Зрозуміло, що провідну роль щодо захисту переселенців відіграє внутрішнє законодавство тієї держави, усередині якої відбуваються міграційні процеси. Тож його вдосконалення й запровадження нових дієвих чітких законодавчих кроків є ефективним засобом забезпечення прав та свобод внутрішньо переміщених осіб. Крім цього, з огляду на масштаби переселенського руху, що відбувається в Україні останнім часом, та складні економічно-політичні умови, що склались, необхідно об'єднати в один механізм та скоординувати в однаковому напрямі розрізнені дії всіх причетних суб'єктів: урядовців, чиновників, науковців, юристів, волонтерів, психологів, громадських організацій, міжнародних і державних установ та багатьох інших для розв'язання цієї актуальної для всього суспільства проблеми.

Вбачаємо також доцільність створення окремого міністерства/координаційного відомства, яке б опікувалось інтересами ВПО, захи-

щаючи не лише їхні права і свободи, а й тих українців, які досі залишаються на тимчасово окупованих та анексованих територіях. Діяльність таких державних органів має спиратись на розроблені підходи до формування стратегічних пріоритетів і відповідну державну політику стосовно внутрішніх переселенців, має бути розроблена Концепція державної підтримки й власне державна програма. Варто подбати й про щільну взаємодію з іншими міністерствами/відомствами з метою координації дій щодо надання реальної допомоги й вироблення ефективної моделі державної політики стосовно забезпечення належних умов для подальшого їх професійно-життєвого відтворення. Важливо врахувати й повноцінне фінансування подібної Комплексної державної програми (щодо підтримки, соціальної адаптації та реінтеграції внутрішньо переміщених осіб) у Державному бюджеті на наступні роки.

Як було зазначено вище, враховуючи той факт, що Україна не має належного відповідного досвіду роботи з внутрішньо переміщеними особами, використання міжнародних напрацювань є вельми необхідним. У зв'язку із цим на основі аналізу напрацювань у цій сфері вважаємо доречним кроком запровадження таких заходів:

– налагодження обліку та реєстрації внутрішньо переміщених осіб. Передбачено, що Міністерство соціальної політики планує запуснути електронний реєстр ВПО до 1 вересня 2017 р.;

– забезпечення належного інформування внутрішньо переміщених осіб про можливість надання допомоги за принципом «єдиного вікна»;

– створення в містах єдиного добровільного комітету серед внутрішньо переміщених осіб, який би презентував інтереси цієї категорії;

– забезпечення фінансування тимчасового житла, харчування, надання медичних послуг, матеріальної допомоги внутрішньо переміщеним особам з державного бюджету та інших законних джерел;

– забезпечення принципу першочерговості щодо запису дітей внутрішньо переміщених осіб до навчальних закладів, а також розробка окремих соціальних стипендій у ВНЗ – протягом двох років із зони АТО і Криму було переміщено 28 навчальних закладів, серед яких 18 ВНЗ. Кількість студентів переміщених ВНЗ становить понад 40 тис. осіб;

– залучення експертів та неурядових організацій до підготовки пропозицій з нормативно-правового врегулювання питань внутрішньо переміщених осіб та розробки актуальних державних програм;

– відпрацьовування сценаріїв місцевої інтеграції в місцях перебування або переселення в інші регіони України, а також дотримання принципу добровільності в питаннях переселення чи повернення до місць постійного проживання;

– забезпечення індивідуального підходу до сценаріїв вирішення окресленої проблеми з урахуванням соціально-демографічних характеристик, освіти, складу сім'ї, потреб людей;

– державне стимулювання працедавців щодо працевлаштування внутрішньо переміщених осіб.

Тут варто наголосити на тому, що наразі до розв'язання проблем, що пов'язані з їх працевлаштуванням в Україні, вже залучені окремі міжнародні організації. Успішно працює Програма розвитку ООН (ПРООН), метою якої є надання допомоги країнам, що розвиваються. А з травня 2016 р. ПРООН запустила програму бізнес-грантів для переселенців на суму 1 млн дол. Переселенці, які оселилися в Донецькій, Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Луганській, Одеській, Полтавській та Харківській областях, отримали шанс, маючи на руках ефективний бізнес-план, організувати власний бізнес.

Вважаємо, що зазначені заходи сприятимуть оптимальній адаптації та прискореній соціально-економічній інтеграції внутрішніх переселенців у процес професійно-життєвого відтворення, оскільки більшість з них, які впроваджені наразі, скоріше варто назвати державними заходами нагального реагування. А в умовах побудови нової соціально-економічної розвинутої країни, яка прагне стати реальним членом європейської спільноти, потрібні й новітні, виважені, чіткі, довгострокові рішення, спрямовані на ефективну реалізацію забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб, зокрема: забезпечення житлом; виплату соціальних трансфертів; підтримку та ліквідацію їх дискримінації у сферах працевлаштування; посилену допомогу в забезпеченні їх соціально-економічної інтеграції в новий соціум; реалізацію їх позитивного потенціалу з урахуванням особливостей окремих регіонів та уроків міжнародного досвіду.

**Висновки.** Отже, ситуація щодо соціально-економічної адаптації внутрішньо переміщених осіб (внутрішніх переселенців) в Україні досі не врегульована належним чином. Залишається безліч проблем, з якими стикаються такі особи, а також громадяни України, які вступають з ними в різні відносини. Через незабезпечення належного функціонування єдиного реєстру щодо їх реального обліку в країні досі відсутня інформація щодо офіційної реальної статистики їхнього переселення, а також дані про їхні соціально-економічні, психологічні, медичні та інші потреби. Найгострішими проблеми залишаються у сфері соціально-економічного захисту внутрішньо переміщених осіб та правового забезпечення реалізації їх прав і свобод. Дії, що були запроваджені урядом у період 2014–2017 рр., звісно, спрямовані на поліпшення ситуації та врегулювання сфери їх соціально-економічної захищеності, проте залишається багато питань та недоліків, які потребують удосконалення законодавчо-правової бази й належного фінансування. Саме тому в Україні проблема соціальної захищеності внутрішньо переміщених осіб залишається актуальною та затребуваною для науковців і має бути предметом подальшого аналітичного осмислення й соціально-економічного моніторингу.

### Список використаної літератури

1. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб : Закон України від 20.10.2014 № 1706-VII : станом на 21 лютого 2016 р. Київ, 2016. 48 с.
2. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України : Постанова Уряду України від 14.03.2016 № 167. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/>.
3. Закіров М. Деякі аспекти розв'язання проблем внутрішньо переміщених осіб. *Резонанс*. 2016. № 39. С. 5–10. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/rezonans/2016/rez39.pdf>.
4. Малиновська О. Шляхи вирішення проблеми внутрішніх переміщених осіб: деякі уроки із зарубіжного досвіду. *Соціальна політика*. № 9. С. 26–32.
5. Права внутрішньо переміщених осіб. URL: <https://helsinki.org.ua/prava-vnutrishno-peremischenyh-osib/>
6. Солодько А., Доронюк Т. Захист соціально-економічних прав внутрішньо переміщених осіб: першочергові завдання для України. URL: <http://www.cedos.org.ua/system/attachments/files/>
7. Стратегії трансформації і превенції прикордонних конфліктів в Україні : зб. аналіт. матеріалів. Львів, 2015. 462 с.

Стаття надійшла до редакції 11.07.2017.

---

### **Комарова А. А., Славина Е. С. Социально-экономическая защищённость внутренне перемещённых лиц в Украине**

*В статье исследуются состояние социальной защиты и особенности адаптации внутренне перемещённых лиц в Украине в связи с развёртыванием военного конфликта на востоке Украины и аннексией АР Крым. Анализируются социально-экономические проблемы, с которыми сталкиваются переселенцы в современных условиях. Рассматриваются пути и методы государственной поддержки внутренне перемещённых лиц с целью их успешного профессионально-жизненного воспроизводства и социально-экономической интеграции в социуме на новых местах жительства.*

**Ключевые слова:** лица, перемещённые внутри страны, переселенцы, беженцы, военный конфликт, социальная защита, социально-экономическая интеграция, массовые миграции, социальная адаптация.

### **Komarova O., Slavina O. Social and Economic Protection of Internally Displaced People in Ukraine**

*In this article, the authors raise the problem of social and economic insecurity of internally displaced people in Ukraine due to the escalation of military-armed conflict in the East of Ukraine (Donetsk and Luhansk regions), as well as the annexation of the Crimea peninsula. The article deals with the categories of internally displaced citizens, as well as the social and economic problems with which the certain group of people faces during migration into new territories. The actual series of actions are suggested providing of qualitative influence on the implementing their successful adaptation, social integration into the society and further life and professional reproduction. In order to provide real help to this group of people and their successful professional and life reproduction, fast adaptation and optimal social and economic integration into the community in new territories, the authors recommend coordinating the actions of all involved parties, as well as introducing a number of government activities that will be represented in this paper.*

**Key words:** internally displaced people, refugees, military conflict, social protection, social and economic integration, mass migration, social adaptation.

УДК 32.001.76:316.3(477)

Е. В. ЛИСЕЕНКО

## ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ

*Статья посвящена анализу теоретической и эмпирической интерпретации общественного мнения как элемента массового сознания, выяснению влияния особенностей социальных представлений, стереотипов, ментальности, как составляющих массового сознания, на функционирование и вербализацию общественного мнения. Отмечено, что общественное мнение представляет собой не механическую сумму индивидуальных мнений, а является особым состоянием массового сознания, в котором отражается отношение акторов к содержанию и способам решения касающихся их социальных проблем. Выделены такие эмпирические показатели общественного мнения, как: степень информированности, компетентность, установки, стереотипы, аффективные реакции респондентов, готовность искренне высказать своё мнение. Сделан вывод о том, что в условиях современных мировых информационных войн проблема манипуляции массовым сознанием и общественным мнением, поиск эффективных технологий противодействия этим влияниям приобретают особую значимость, что актуализирует дальнейшие научные исследования современных механизмов формирования и функционирования общественного мнения как элемента массового сознания.*

**Ключевые слова:** общественное мнение, опрос общественного мнения, общественные настроения, массовое сознание, общественное сознание, социальные представления, установки, ментальность как элементы массового сознания.

В последние годы исследовательское сообщество социологов отмечает проблемы в методологии, методике и практике изучения общественного мнения, на основе которых строятся прогностические модели поведения людей. Так, известны значительные «ошибки» британских исследователей в прогнозировании результатов Брексита (Brexit) и американских социологов в сложно прогнозируемой победе на президентских выборах США 2016 г. Д. Трампа, не говоря о проблемах, которые возникают в работе украинских социологов в их исследовательской и прогностической деятельности. Более того, общеизвестно радикальное заявление французского социолога П. Бурдьё, что «общественного мнения не существует», который по этому поводу пишет следующее: «Предлагаемая исследованиями общественного мнения проблематика подчинена политическим интересам, и это очень сильно сказывается одновременно и на значении ответов, и на значении, которое придаётся публикации результатов. Зондаж общественного мнения в сегодняшнем виде – это инструмент политического действия...» [1]. Поэтому актуальность научного поиска адекватных концептуальных, методологических и методических подходов к социологическому исследованию общественного мнения, новых приёмов и технологий его изучения и эмпирической фиксации является своевременной и значимой.

Анализ проблемы изучения общественного мнения как элемента массового сознания включает множество концептуальных и методологических проблем.

**Целью статьи** является анализ теоретической и эмпирической интерпретации общественного мнения как элемента массового сознания; выяснение влияния особенностей социальных представлений, стереотипов, ментальности как составляющих массового сознания на функционирование и вербализацию общественного мнения.

Прежде чем перейти к анализу сущностных характеристик общественного мнения как элемента массового сознания, имеет смысл уточнить определение понятий «общественное мнение», «опрос общественного мнения», «массовое сознание» и его отличие от понятия «общественное сознание».

Анализ литературы свидетельствует, что термин «общественное мнение» имеет множество различных значений и смыслов. На это обращал внимание П. Лазарсфельд, утверждая, что, поскольку некоторыми исследователями содержание термина «мнение» (*opinia*) сводится к предпочтению, объем понятия «мнение» сужается до такой степени, что оно применимо только к ответам на весьма простой вопрос о выборе чего-либо привлекательного. Французский социолог П. Шампань считает, что возможна лишь одна-единственная дефиниция общественного мнения: «...этот социальный феномен, исторически изменчивый и яркий, принадлежит к конкретному социальному полю, на котором действуют определенные акторы» [2, с. 178]. Однако, с моей точки зрения, в определении понятия «общественное мнение», предложенное П. Шампань, остаётся неясным вопрос о субъектах общественного мнения: как сугубо индивидуальную точку зрения акторов (индивидуальное сознание) отличать от суждения, отражающего коллективную позицию общности (массового сознания)? В этом плане наиболее приемлемым в социологическом смысле является определение общественного мнения харьковского социолога Е. А. Якубы: «Общественное мнение – это особое состояние реального сознания масс, выражающее доминирующее отношение, позицию по актуально значительным социальным вопросам» [3, с. 179] Данное определение общественного мнения мы возьмём за основу для теоретической интерпретации общественного мнения как элемента массового сознания.

Научной технологией изучения общественного мнения являются опросы общественного мнения. Так, Н. В. Панина в книге «Технология социологического исследования» пишет, что опрос общественного мнения – «это сбор информации о совокупном мнении (распределении мнений) определённого контингента населения по какому-либо актуальному вопросу» [4]. Известно, что при проведении опросов общественного мнения *самым важным элементом исследовательского проекта* является *репрезента-*



тивность выборки, что позволит говорить о репрезентативном исследовании общественного мнения.

Поскольку общественное мнение является элементом общественного (массового) сознания, возникает вопрос: какой социологический смысл вкладывается исследователями в понятия «общественное сознание» и «массовое сознание» («сознание масс»)? Характеризуя сущность понятий «общественное сознание» и «массовое сознание» необходимо обратиться к работам исследователя массового сознания и создателя концепции множественности массового сознания Б. А. Грушина. Так, в книге «Мнения о мире и мир мнений» автор определил общественное мнение как массовое сознание, а затем уточнил, что «общественное мнение – это общественное сознание со сломанными внутри него перегородками» [5]. Массовое сознание, согласно классическому определению Б. А. Грушина, есть «один из видов общественного сознания, наиболее реальная форма его практического существования и воплощения. Это особый, специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей (“массам”). Массовое сознание определяется как совпадение в какой-то момент основных и наиболее значимых компонентов сознания большого числа весьма разнообразных “классических” групп общества (больших и малых), однако оно несводимо к ним. В силу недостаточной специфичности источников своего появления и неопределенности самого своего носителя массовое сознание в основном носит обыденный характер» [6, с. 18].

Таким образом, я буду исходить из понимания общественного мнения как *особого состояния массового сознания, в котором отражается отношение акторов к содержанию и способам решения касающихся их социальных проблем*. При этом подчеркну, что в данном случае имеется в виду социологическое исследование общественного мнения по типу мониторинга или «омнибуса», которые проводятся такими социологическими исследовательскими центрами, как Институт социологии АН Украины, Центр социальных и маркетинговых исследований «Socis», Киевский международный институт социологии и др.

В этой связи интересен взгляд на проблему изучения общественного мнения известного украинского исследователя общественного мнения В. Л. Оссовского. Он считает, что необходимо различать социологические исследования общественного мнения и так называемые поллинги, то есть зондажи общественного мнения, инициируемые маркетологами и политиками, о состоянии потребительского либо политического рынка, о том, что нужно людям, что им можно «продать» [7]. В. Л. Оссовский обосновал, что различия между этими двумя типами исследований общественного мнения заключаются в следующем: 1) модели общества, которое исследует социолог и полстер; 2) интерпретации смысла понятия «мнение»; 3) использовании разных методологий исследования (от научно обосно-

ванных до экзотических); 4) специфике институционализации исследовательских структур; 5) особенностях мотивации проведения исследований общественного мнения. Соглашаясь с мнением В. Л. Оссовского, хочу также солидаризироваться с точкой зрения известного украинского социолога В. А. Полторака, который считает, что при «очищении» социологии путём разделения научной социологии и поллинговой деятельности следует иметь в виду, что многое здесь зависит не только от целей социологов-учёных и полстеров, применяемых ими методов и технологий, но и от того, каким образом используются, выносятся на суд общественности результаты их исследований» [8].

Для того, чтобы от теоретической интерпретации понятия «общественное мнение» перейти к его эмпирической интерпретации, попытаемся сформулировать операциональное определение понятия «общественное мнение» и выделить его эмпирические показатели. Эмпирический смысл понятия «общественное мнение», на мой взгляд, заключается в том, что общественное мнение – это не просто механическая сумма индивидуальных мнений. Как справедливо отметил Ф. Оллпорт в одном из своих методологических постулатов, существование общественного мнения предполагает осознание носителем его того, что другие реагируют на некий объект так же, как и он сам [9]. При этом также важно учесть утверждение Б. Докторова о том, что ответы опрашиваемых интервьюеру или же на вопросы анкеты – это эмпирические показатели не столько мнений, сколько определенных общественных настроений. Б. Докторов отмечает: «То, что нередко считают общественным мнением, в лучшем случае представляет собой неустойчивое, ситуативное состояние настроений лабильного социального множества, а еще чаще, увы, – коктейль из разнообразных ингредиентов общественного сознания индивидов, замешанных на артефактах» [10].

Предлагаю следующее операциональное определение понятия «общественное мнение»: **общественное мнение – это совокупность представлений, установок, стереотипов, ожиданий определённого контингента людей (общности) по различным актуальным вопросам.**

Соответственно, основными показателями общественного мнения, которые, на мой взгляд, могут включаться в инструментарий его эмпирического исследования являются, по крайней мере, следующие:

1. *Степень информированности.* Информированность респондента – это его представление о своих знаниях, его видение содержания проблемы и способов ее решения (вопрос-фильтр о самооценке информированности респондента). Зачастую респондентов просят высказать свое мнение по проблемам, с которыми они плохо или совсем не знакомы. Это вызывает не только большое число уклонений от участия в опросах, высокую долю ответов типа «затрудняюсь ответить», но и оправданные сомнения в достоверности получаемых ответов.

2. *Компетентность* (тест-фильтр об убежденности респондента в правильности декларируемой точки зрения, рационального обоснования своей позиции). Следует отличать степень информированности респондента от уровня его компетентности.

3. *Установки, стереотипы, аффективные реакции респондентов, готовность искренне высказать своё мнение*, которое может быть либо индивидуальной точкой зрения, либо отражать коллективную позицию общности.

Следует отметить, что достаточно сложно в эмпирических исследованиях отличать сугубо индивидуальную точку зрения от суждения, отражающего коллективную позицию сообщества – субъекта общественного мнения. В. Л. Оссовский считает, что между индивидуальным и общественным мнением могут существовать такие взаимозависимости:

1. Индивид осознает мнение «других» и при этом: а) полностью его принимает; б) принимая его отчасти, корректирует свое мнение; в) остается при своем собственном мнении.

2. Индивид добровольно, не ощущая внешнего принуждения, идентифицирует свою позицию с общественным мнением.

3. Индивид имеет собственное мнение по той или иной проблеме, однако ему недостает идентификации с общностью, и он ничего не знает о мнениях других [7].

Имеет смысл выделить различные виды эмпирической информации, оказывающейся в распоряжении исследователей общественного мнения в зависимости от уровня массового сознания – от базисного, эмоционально-действенного до вторичного, рационального уровня. На мой взгляд, можно выделить три вида опросов общественного мнения:

1) базисный вид (соответствует эмоционально-действенному уровню массового сознания) – это совокупность суждений, заявлений, оценок людей, возможно, не задумывавшихся о том фрагменте реальности, который выступает в качестве предмета опроса, не знакомых или слабо знакомых с рассматриваемой проблематикой;

2) обогащенный вид. Как отмечается Б. Докторовым, «опрос обогащенного общественного мнения – полезный инструмент для выявления более информированного и взвешенного общественного мнения. Он позволяет определить, какими были бы общественные предпочтения, если бы поведение людей в большей степени соответствовало идеальному демократическому обществу, где граждане полнее информированы о существующих проблемах и более активно вовлечены в совместное обсуждение наилучшего пути их решения» [11]. Обогащенный вид общественного мнения как бы надстраивается над первым и возникает из него при повышении информированности опрашиваемых, при их фокусировке на соответствующей проблемной области, при перемещении этой проблемы из «периферии» массового сознания в центр его интересов;

3) продвинутый вид (соответствует рациональному уровню массового сознания) – позволяет изучать совокупное мнение людей, профессионально знакомых с рассматриваемой проблематикой.

Проблема влияния массового сознания на формирование, функционирование и вербализацию общественного мнения достаточно сложна и требует многогранного рассмотрения. Я остановлюсь на анализе влияния на функционирование и вербализацию общественного мнения таких важнейших элементов массового сознания, как социальные представления, стереотипы, ментальность.

Анализируя влияние социальных представлений на артикуляцию общественного мнения, необходимо, прежде всего, отметить, что социальными представлениями люди руководствуются в своём восприятии мира. По мнению С. Московичи, социальные представления – это «универсальный социально-психологический феномен, включающий все формы познания», объединяющий идеи, мысли, образы и знание, которыми совместно пользуются члены общности» [12]. Социальные представления как элемент массового сознания включает в себя знания и информацию, которыми владеет индивид (или общность). В социологическом смысле знание существует, например, как уровень информированности о событиях, процессах, явлениях, о той или иной личности, социальной группе, обществе. Однако, если у опрашиваемого недостаточно информации или она вообще отсутствует об исследуемой проблеме – предмете опроса общественного мнения, то респондент теоретически не может высказать своего мнения о ее содержании. Но практически в ходе проведения опросов общественного мнения респондент может давать ответы, несмотря на отсутствие собственной точки зрения. С одной стороны, как отмечает А. Сулек, в ситуации интервью давление идет от «склонности к конформизму (конформистского предубеждения) (social desirability bias), определяемого ценностями, господствующими в обществе, особенно теми, что признают сами респонденты, и теми, что они приписывают интервьюеру или же большинству, хотя это последнее проблематично» [13], то есть респонденты дают «ожидаемые» от них ответы. С другой стороны, *открытые вопросы во время интервью могут с большой степенью вероятности выявить наличие мнения у респондента, чем закрытые вопросы с предлагаемыми вариантами ответов, за которыми могут скрываться случаи отсутствия у респондента собственного мнения.* Точно так же, как и среди ответов «не знаю», немало случаев отказа от вербализации своей позиции относительно проблемы опроса общественного мнения. Тем не менее, использование фильтра типа «не знаю» можно рассматривать как первый шаг эмпирической интерпретации понятия «общественное мнение» – как самооценку информированности и компетентности респондента.

Известны случаи, когда сложные формулировки вопросов приводили к искажению мнения респондентов и, как следствие, к неверным результа-

там исследования. Так, в 1992 г. опрос The Roper Organization, проведенный по заказу Американского еврейского комитета (American Jewish Committee), показал, что 22% населения не верили в Холокост 1939–1945 гг. Причина такого результата заключалась в использовании вопроса с двумя отрицаниями: «Представляется ли Вам возможным или представляется невозможным, что нацистского истребления евреев никогда не существовало?» После того, как опрос был повторен с изменением формулировки этого вопроса, результат оказался иным: лишь 1% американцев не верил в Холокост. В 1994 г. на ежегодной конференции AAPOR коллеги внимательно проанализировали все случившееся и высоко оценили безупречность научного подхода, продемонстрированного Роупером в этой очень непростой ситуации, и его высокую гражданственность [10].

Что касается влияния стереотипов массового сознания на вербализацию общественного мнения, то необходимо отметить, что стереотипизация массового сознания является широко распространенным явлением в современной социальной жизни. Понятие «стереотип» впервые было применено политологом У. Липпманом в работе «Общественное мнение» [14]. Согласно концепции У. Липпмана и его последователей, общественное мнение является стереотипированным, полным стандартизированных представлений об окружающем мире.

В современном социально-гуманитарном дискурсе стереотипами называют устойчивые, не зависящие от опыта субъекта образы окружающих явлений и предметов. Стереотипизация является необходимым элементом в процессе осознания мира индивидом, так как в познание всегда включена стереотипизация как выделение наиболее важных сущностных характеристик объекта познания и затушевывания частных, несущественных сторон и характеристик. Однако стереотипизация массового сознания несет в себе больше негативных, чем позитивных черт. Стереотип – это вообще любая полученная сознанием информация, которая принята им за факт, без обдумывания и размышления над критерием ее достоверности. Стереотипы сковывают мышление человека и предполагают воспроизведение знаний на основе прошлого опыта, когда человек не затрудняет свое сознание анализом современной информации и принятием решения в конкретной жизненной ситуации, а пользуется недостоверной информацией.

В массовом сознании стереотип, как правило, не связан с собственным опытом. Поскольку в современном обществе источником – транслятором информации являются средства массовой информации и Интернет, совершенно естественно, что и основным источником стереотипов все чаще становятся соответствующим образом подобранные сообщения СМИ. Массовое сознание крайне редко стремится выработать отношение к социальным и политическим явлениям и процессам. Одними из самых устойчивых и наиболее удаленных от обыденного эмпирического опыта человека являются политические стереотипы. Вполне понятно, что обычный че-

людей видит только внешнее проявление происходящих политических процессов. Поэтому неудивительно, что за владение и контроль над массовым сознанием, особенно массовым политическим сознанием, идет постоянная борьба. Поскольку *стереотипы могут создаваться на разных уровнях массового сознания: на теоретическом (например, в доктринах) и в практике пропаганды и/или информационной войны* необходимы дальнейшие научные поиски в исследовании современных социальных механизмов формирования стереотипных представлений массового сознания и их влияния на функционирование общественного мнения.

Далее рассмотрим влияние ментальности как элемента массового сознания на функционирование общественного мнения. Предлагаю в самом общем виде под ментальностью понимать *комплекс коллективных представлений и особенностей повседневного мышления, дополняемый системой ценностей, стереотипов, архетипов, которые непосредственно проявляются в поведенческих практиках.*

Рассматривая ментальность как элемент массового сознания, С. Л. Катречко выделяет три типа ментальных структур: *поверхностные ментальные структуры сознания*, которые условно можно соотнести с содержанием сознания; *глубинные ментальные структуры сознания*, образующие некоторое внутреннее «поле», на котором собственно и развернуто содержание сознания; *промежуточные ментальные структуры сознания*, опосредующие взаимодействие поверхностных и глубинных структур (уровень функционирования соответствующих ценностей, ориентиров, социальных правил и норм) [15]. Глубинные структуры общественного сознания, составляющие его онтологическое ядро, образуют «тело» общественного сознания, при взаимодействии которого с внешним миром формируется многомерное семантическое пространство, репрезентирующее все многообразие внешнего мира. Количество измерений онтологического ядра общественного сознания и семантического пространства, которое и образует поверхностные, витальные структуры сознания общества, в общем случае не совпадает, поскольку поверхностные структуры общественного сознания (и внесознательный слой ментальности) более изменчивы и в значительной степени зависят от социокультурных и языковых факторов. Таким образом, при изучении общественного мнения фиксируются особенности поверхностных ментальных структур сознания, которые детерминированы, с одной стороны, внутренними факторами онтологического ядра сознания, а с другой – влиянием языковых, социально-коммуникационных, социокультурных и других структур.

Исследователь специфики украинской ментальности, факторов формирования украинской ментальности и особенностей характера украинцев А. Кульчицкий, отмечал, имея в виду ментальность как элемент массового сознания, что совокупность осознаваемых и неосознаваемых представлений, установок, стереотипов, архетипов формируется у народа на протя-

жении всей его истории и влияет на современный образ жизни, деятельности и тип социального мышления [16]. Соглашусь с мнением А. Кульчицкого, что национальная ментальность отражает уровень индивидуального и коллективного сознания, который складывается на протяжении длительного периода времени, по крайней мере, нескольких десятков лет и медленно поддается изменению.

В понятии «ментальность» отражено сложное сочетание таких социальных пластов, как этнос, культура, религия, наука, искусство, и данный феномен не может быть сведен ни к одному из них, то есть всегда носит сложный синкретичный и целостный характер. Синтез всех этих компонентов обычно осуществляется на уровне подсознательных предрасположений, интуитивных «открытий», предвидений, угадываний и пр., не всегда и не полностью осознается человеком. В результате возникает совокупность общих установок, касающихся наиболее важных и общих моментов жизнедеятельности индивида. Но здесь еще нет системности, то есть многие из этих установок, определяющих поведение человека или социальной группы, носят еще полуинтуитивный характер, хотя их влияние явно или неявно просматривается в направлении действий индивида, в характере его мотиваций и ориентированности. Разумеется, в конкретных объективно-исторических условиях могут доминировать различные его компоненты, и в этом смысле можно говорить о ментальности различных социальных групп и слоев, демографических общностей, культурных объединений, территориальных поселений и пр., которые проявляются в вербализации общественного мнения.

В заключении отмечу, что для повышения объективности и надежности изучения общественного мнения необходим постоянный научный поиск адекватных концептуальных, методологических и методических подходов к его социологическому исследованию. При этом необходимо признать, что именно в начале XXI в. в условиях современных мировых информационных войн проблема манипуляции массовым сознанием и общественным мнением, а также поиск эффективных технологий противодействия этим влияниям приобретает особую значимость. Поэтому дальнейшего глубокого осмысления требуют проблемы исследования современных механизмов формирования и функционирования общественного мнения как элемента массового сознания.

#### **Список использованной литературы**

1. Бурдые П. Социология политики : пер. с фр. Москва, 1993. 336 с.
2. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. *Полис*. 1992. № 3. С. 172–184.
3. Якуба Е. А. Соціологія. Харьков, 1996. 192 с.
4. Панина Н. В. Технология социологического исследования. Киев, 1998. 260 с.
5. Грушин Б. А. Мнения о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения. Москва, 2011. 546 с.

6. Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. Москва, 1987. 368 с.
7. Оссовский В. Л. Проблема идентификации общественного мнения. *Социологические исследования*. 1999. № 10. С. 7–16.
8. Полторац В. А. Социология и социологический пиар: проблема органической взаимосвязи. *Соціологічне знання та влада: суперечливі взаємовідносини соціологічних досліджень і політичної практики*. Київ, 2005. С. 124–136.
9. Allport F. H. Toward a Science of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*. 1937. Vol. I. № I.
10. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. Москва, 2008. 615 с.
11. Докторов Б. З. Обогащённое общественное мнение. URL: <http://polit.ru/article/2007/12/04/doktorov/>
12. Московичи С. Век толп. URL: <http://yurpsy.com/files/biblio/moskov/moskov.htm/>
13. Sulck A. Jak dziala filtr «Niewiem»? *Kultura i spoleczen 'stwo*. 1993. № 4.
14. Липпман У. Общественное мнение : пер. с англ. Москва, 2004. 384 с.
15. Катречко С.Л. К онтологии сознания через рефлексию. *Философия сознания в XX веке: проблемы и решения*. Иваново, 1994. 156 с.
16. Українська діаспора. Рік видання 2. Число 2. Київ ; Чикаго, 1993. 76 с.

Стаття надійшла до редакції 21.07.2017.

---

### **Лісеєнко О. В. Громадська думка як елемент масової свідомості**

*Стаття присвячена аналізу теоретичної й емпіричної інтерпретації громадської думки як елемента масової свідомості, з'ясуванню впливу особливостей соціальних уявлень, стереотипів, ментальності як складових масової свідомості на функціонування й вербалізацію громадської думки. Відзначено, що громадська думка є не механічною сумою індивідуальних думок, а особливим станом масової свідомості, в якому відбивається ставлення акторів до змісту та способів вирішення соціальних проблем. Виділено такі емпіричні показники громадської думки, як: ступінь інформованості, компетентність, установки, стереотипи, афективні реакції респондентів, готовність щиро висловити свою думку. Зроблено висновок, що в умовах сучасних світових інформаційних війн проблема маніпуляції масовою свідомістю та громадською думкою й пошук ефективних технологій протидії цим впливам набувають особливої значущості, що актуалізує подальші наукові дослідження сучасних механізмів формування та функціонування громадської думки як елемента масової свідомості.*

**Ключові слова:** громадська думка, опитування громадської думки, суспільні настрої, масова свідомість, суспільна свідомість, соціальні уявлення, установки, ментальність як елементи масової свідомості.

### **Liseyenko E. Public Opinion as an Element of Mass Consciousness**

*The article is devoted to the analysis of the theoretical and empirical interpretation of public opinion as an element of mass consciousness, to elucidate the influence of features of social perceptions, stereotypes, mentality, as components of mass consciousness, on the functioning and verbalization of public opinion.*

*The definitions of the concepts «public opinion», «public opinion poll», «mass consciousness» and its difference from the concept of «public consciousness» are specified. The definition of public opinion as a special state of mass consciousness is given, which reflects the attitude of actors towards the content and ways of solving social problems related to them. At the same time, it emphasizes the sociological study of public opinion by type of monitoring or «omnibus» conducted by such sociological research centers as the Institute of Sociology of*



*the Academy of Sciences of Ukraine, the Center for Social and Marketing Research «Socis», the Kiev International Institute of Sociology and others.*

*In order to move from the theoretical interpretation of the concept of «public opinion» to its empirical interpretation, an operational definition of the concept of «public opinion» is formulated and its empirical indicators are singled out. The empirical meaning of the concept of «public opinion» is that public opinion is not just a mechanical sum of individual opinions. As Allport rightly noted in one of his methodological postulates, the existence of public opinion presupposes awareness by the bearer of it that others react to an object in the same way as he himself.*

*The operational definition of the concept of «public opinion» is offered, as a set of ideas, attitudes, stereotypes, expectations of a certain contingent of people (community) on various topical issues. The main indicators of public opinion are identified, these are: the degree of awareness; competence; attitudes, stereotypes, affective reactions of respondents, willingness to express their opinion sincerely.*

*Three types of empirical information are revealed, which are at the disposal of researchers of public opinion, depending on the level of mass consciousness: basic, enriched, advanced. Basic type of empirical information corresponds to the emotionally-effective level of mass consciousness. The enriched form of public opinion is, as it were, built on the first and arises from it with increasing awareness of the respondents, with their focus on the relevant problem area, when this problem is shifted from the «periphery» of mass consciousness to the center of its interests. Advanced form (corresponds to a rational level of mass consciousness) – allows you to study the cumulative opinion of people who are professionally familiar with the subject matter in question.*

*It is noted that the problem of the influence of mass consciousness on the formation, functioning and verbalization of public opinion is quite complex and requires a multifaceted consideration. The influence on the functioning and verbalization of public opinion of such important elements of mass consciousness as social representations, stereotypes, mentality is analyzed. It is suggested by the mentality to understand a complex of collective representations and features of everyday thinking, complemented by a system of values, stereotypes, archetypes that are directly manifested in behavioral practices. It is noted that the study of public opinion fixes the features of the surface mental structures of consciousness, which are determined, on the one hand, by internal factors of the ontological nucleus of consciousness, and on the other – by the influence of linguistic, socio-communication, sociocultural and other structures.*

*The conclusion is made that in order to increase the objectivity and reliability of the study of public opinion, a constant scientific search for adequate conceptual, methodological and methodological approaches to its sociological research is necessary. At the same time, it must be recognized that it was at the beginning of the 21st century, in the conditions of modern world information wars, that the problem of manipulating mass consciousness and public opinion, as well as the search for effective technologies to counteract these influences, acquire special significance. Therefore, further deep thinking is required by the problem of studying modern mechanisms of the formation and functioning of public opinion as an element of mass consciousness.*

**Key words:** *public opinion, public opinion polls, public sentiments, mass consciousness, public consciousness, social perceptions, attitudes, mentality as elements of mass consciousness.*

УДК 314.15-053.6(477+438)

А. С. ЛОБАНОВА, А. КУЗЬОР

## МІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ ЯК ВИКЛИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ПРОБЛЕМАМ

*У статті розглянуто актуальну проблему сучасності – міграцію, зокрема трудову, молодих людей з України та Польщі до інших країн Євросоюзу. Проаналізовано причини, масштаби міграції. Виявлено демографічні характеристики, соціальні статуси й потенційні наміри мігрантів стосовно місця та країни їх подальшої трудової діяльності. Здійснено порівняння міграційних настроїв молодих українців і поляків, що навчаються або вже розпочали свій трудовий шлях. Окреслено шляхи подолання негативних наслідків міграції молоді.*

**Ключові слова:** *молодь, міграція, трудова міграція, міграційні настрої, ринок праці, професійні здібності, трудовий потенціал.*

У сучасних умовах міграція як закономірно притаманне всім країнам соціально-економічне явище набула досить гострих проблемних рис, оскільки значно перевищила свій природно допустимий рівень. Зрозуміло, міграційні процеси набувають більш динамічного характеру там і тоді, коли поглиблюються соціально-економічні проблеми, погіршується рівень життя людей, знижуються їх шанси задовольнити свій професійний попит на бажане робоче місце. Останніми роками до цих проблем у деяких країнах, додаються, наприклад, у Сирії та Україні, воєнні конфлікти, що посилюють міграційні потоки до розвинутих і віддалених від зон військових дій країн Європи. Гострота проблеми відчувається й у тому, що мігрантами стає значна частина *працездатних людей молодого віку*, тим самим погіршується трудовий потенціал тих країн, які перебувають у кризовому стані. Це стосується не тільки України, а й досить благополучної в економічному плані Польщі.

Тому актуальною є потреба аналітичного осмислення причин, характеру міграції та стану міграційних потоків з України й Польщі молодих людей у сучасних умовах для розуміння того, як необхідно вибудовувати державну політику для збереження трудового потенціалу країни, зокрема молодих працівників.

Міграція є предметом системних досліджень багатьох економістів, політологів і соціологів як у Польщі: М. Дущик (M. Duszczuk), А. Малькевіч (A. Małkiewicz), Г. Халупчак (H. Chałupczak), Е. Сенковська (E. Sękowska), Х. Бояр (H. Bojar) та інші, так і в Україні: Е. Лібанова, А. Позняк, І. Прибиткова, А. Надточий, Ю. Гуменюк, А. Федорако та ін., завдяки яким зроблено істотні теоретичні обґрунтування її детермінант, стану, особливостей і наслідків як у внутрішньорегіональному, так і міжнародному масштабі.

Однак темпорально динамічні зміни, що відбуваються у сфері переміщення людей і в Україні, і в Польщі, а також у міграційних настроях молоді, потребують їх постійного моніторингу й наукового обґрунтування.

**Метою статті** є порівняльний аналіз міграційних настроїв і міграційної поведінки молодих людей в Україні й Польщі, а також наукова аргументація основних напрямів удосконалення міграційної політики в сучасних умовах для збереження трудового потенціалу.

Міграція – це історично зумовлений процес, оскільки в різних своїх проявах він існував у всі епохи й періоди розвитку людської цивілізації, маючи різні релігійні, географічні, соціальні, економічні та політичні причини. Сучасна глобалізація не лише не загальмувала міграційних потоків населення, а навпаки, значно їх збільшила, породивши так звану «еру міграції».

Тому В. А. Волох має сенс, коли стверджує, що наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. міжнародна міграція населення стала одним з великомасштабних, глобальних суспільних сучасних процесів, що найбільш динамічно розвиваються [1].

Учені розглядають міграцію (від лат. *migratio* – переміщення, переселення) як переміщення (рух, переселення) працездатного населення з одного місця проживання (територіального поселення: селища, міста, регіону, країни) в інше з метою пошуку більш сприятливих умов життя й праці. Базовою соціально-економічною функцією міграції є забезпечення певного рівня рухливості населення і його територіального перерозподілу, зокрема в індустріальні центри та ті райони народного господарства, що швидко розвиваються. Саме тому міграція сприяє більш раціональному розподілу трудових ресурсів і зростанню продуктивності праці.

Особливість міграції як соціально-економічного процесу полягає в тому, що: *по-перше*, вона властива практично всім без винятку країнам та їх окремим регіонам, оскільки забезпечує перерозподіл робочої сили в трудовій сфері, що вкрай необхідно для її економічного розвитку; *по-друге*, має масовий характер і забезпечує рух та перерозподіл робочої сили в трудовій сфері, що вкрай необхідно для економічного розвитку країни; *по-третє*, має свою динаміку і є джерелом соціально-економічних змін, особливо в економіці та соціально-демографічній структурі суспільства; *по-четверте*, істотно впливає на стан ринків праці й змінює рівень життя населення.

Причини, динаміка, форми, наслідки міграції в сучасних умовах різноманітні, однак усі вони, як правило, тісно пов'язані з рівнем зайнятості працездатного населення в народному господарстві країни, ступенем розвитку економічних відносин, темпами та специфікою відтворення, розподілу й перерозподілу робочої сили, соціальною мобільністю трудових ресурсів, рівнем матеріального забезпечення людей, а також міграційною політикою, яка проводиться в країні. Якщо в країні не створено сприятливих

умов для працевлаштування всіх бажаючих або оплата праці не відповідає їх трудовому внеску, то, вочевидь, працездатне населення не може реалізувати свій трудовий потенціал там, де постійно мешкає, і, як правило, мігрує в більш розвинені в соціально-економічному плані регіони, зокрема в інші країни.

Як зазначає польський професор політології А. Малькевіч (A. Małkiewicz), на кінець 2015 р. у світі було 20,2 млн осіб, які мусили залишити свою Батьківщину, але так і не знайшли нового стабільного місця для проживання, і це, на його думку, зумовлює світову міграційну кризу [12, с. 25]. Зокрема, як свідчать фахівці, за межами Польщі станом на початок квітня 2017 р. проживає й працює близько 2,5 млн поляків, ще 2,4 млн планують виїхати [9]. З України за період 2000–2015 рр. виїхало близько 5,8 млн осіб [4]. Нині темпи міграції з України практично вдвічі перевищують темпи міграції з Польщі. Так, наприклад, якщо у 2017 р. з Польщі емігрувало 9321 осіб, що становить 0,024% від загальної чисельності населення (38,64 млн) [3], то з України – 23 366, що становить 0,055% від загальної чисельності населення (42,36 млн) [4].

За даними рапорту «Трудова міграція поляків» («Migracje zarobkowe Polaków»), який підготовлено польським Бюро Work Service наприкінці 2016 р., кожний п'ятий активний або потенційний учасник польського ринку праці міркував над можливістю виїзду з країни на заробітки в найближчий рік, 75% з них – молоді особи віком до 35 років, зокрема 40% – віком від 18 до 24 років. Для 5% опитаних це рішення вже було ухвалено остаточно [11]. Основними країнами, до яких виїжджають або планують виїхати поляки, – це країни Євросоюзу, зокрема Німеччина, Велика Британія і Голландія. Особи, які виказують бажання виїхати за кордон, це не тільки безробітні (або ті, хто тривалий час шукає роботу, їх лише 26% з опитаних, тоді як працюючих – 41%). Найчисленніша група з погляду статусу – це особи, які навчаються, тобто кожний третій з них планує виїхати з країни на заробітки впродовж найближчого року [11].

Ці показники свідчать про те, що вік мігрантів з Польщі значно «молодіє». Як підкреслює П. Мазуркевіч (P. Mazurkiewicz), нині у країні відбувається «важка боротьба за працевлаштування молодих людей», оскільки навіть зростання темпів переміщення всередині країни й міграції українців до Польщі, які їдуть в основному до Варшави, не вирішує проблеми заміщення висококваліфікованих молодих поляків, які виїжджають до Євросоюзу або працювати, або на постійне проживання [13]. А відтак залишаються без кваліфікованої робочої сили маленькі міста й містечка, оскільки альтернативним місцем працевлаштування для молодих фахівців стають ще й великі бізнес-центри, які надають кращі договірні умови стосовно винагороди за працю.

Ще більш загрозлива ситуація з міграцією населення, зокрема молоді, в Україні. За даними Міжнародної організації з міграції (МОМ), після

запровадження демократичних свобод, зокрема свободи пересування, транскордонна мобільність населення України стрімко зростала передовсім за рахунок перетинів західного кордону. У 2013 р., тобто ще до анексії Криму та початку військового конфлікту на Сході України, уперше чисельність поїздок українців до Польщі перевищила кількість виїздів до Росії, яку традиційно найбільше відвідували громадяни України і з якою зберігався безвізовий режим. З початком конфлікту відбулося загальне зменшення кількості поїздок за кордон, переусім за рахунок виїздів до Росії: у 2014 р. їх було майже на третину менше, ніж у 2013 р., водночас кількість виїздів українців до Євросоюзу продовжувала зростати – 10,5 млн в 2014 р., 12,5 млн – у 2015 р. [2]. Фахівці сходяться в своїх думках стосовно того, що важко порахувати кількість мігрантів як з України, так і Польщі, оскільки сталої статистики в цьому напрямі не вистачає. Більше того, цифри бувають або заниженими, або перебільшеними. Однак достеменно відомо (інформація Євростату), що тільки в 2015 р. півмільйона українців отримали посвідку на проживання в ЄС, а 75,2% з них – з метою працевлаштування [6].

Як зазначають польські дослідники І. Хмелевська (I. Chmielewska), Г. Доброчек (G. Dobroczek) і Я. Пузинкевіч (J. Puzynkiewicz), зростає кількість українців у Польщі, що є ефектом складної економічної ситуації й військового конфлікту, після початку якого розпочалася нова хвиля міграції. Особливістю є те, що з'явилися нові групи мігрантів (41,3%), які раніше жодного разу не були в Польщі і які за своїми демографічними даними відрізняються від попередніх, а саме: серед них майже удвічі більше чоловіків, порівняно з тими, які прибули до 2014 р., – 57,9% проти 32,9%, а також нові мігранти – це переважно *молоді люди*, середній вік яких становить 33 роки, проти 43 років у попередньої хвилі українців-мігрантів [8].

За результатами останніх досліджень компанії Research & Branding Group, все більше українців хочуть покинути країну: зокрема, у грудні 2016 р. 34% населення були готові назавжди покинути Україну, при цьому найбільш *сильні емігрантські настрої були зафіксовані серед молоді – 55%* українців до 30 років готові покинути країну; серед 30-річних готові емігрувати 47%, серед 40-річних – 38%, серед 50-річних – 28% [6]. Як підкреслює завідувач відділу міграційних досліджень Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. Птухи О. Позяк, особливістю сучасної хвилі трудової міграції за кордон є те, що вона «помолодшала», і молодь із вищою освітою та знанням іноземної мови стала частіше виїжджати в пошуках роботи: «Це люди молодого і середнього віку. Але не ті, хто тільки-но вийшов на ринок праці, а вже з невеликим досвідом роботи і працездатний» [6]. Варто звернути увагу на те, що молодь з України виїжджає до Польщі не тільки в пошуках праці, але передусім на навчання з подальшими намірами працевлаштування й отримання дозволу на постійне проживання. Як наголошують польські дослідники, кількість студентів у польсь-

ких вищих навчальних закладах суттєво збільшується: так, наприкінці вересня 2015 р. в них було зареєстровано 30,6 тис., що на 30,8% більше, ніж у 2014 р., і вдвічі більше, ніж у 2013 р., при цьому половина з них у позанавчальний час є активною на ринку праці [8]. На початок 2017 р. у Польщі вже навчалось понад 50 тис. студентів з України, тобто приріст за 2 роки становив майже 85% [7]. Можна упевнено прогнозуватися зростання цього показника в наступному році. Вивчення майбутніх планів студентів-українців, які навчаються в Польщі, засвідчило, що третина з них (36,6%) висловлює бажання знайти роботу в Польщі, 22,0% планують мігрувати до іншої країни, тільки 2,4% хотіли би повернутися до України [8].

Досить невтішний прогноз – практично 97% тих молодих українців, які навчаються в Польщі, не планують, здобувши вищу освіту, повертатися додому й реалізувати свій фаховий потенціал на Батьківщині. А це, як правило, найбільш активні, здатні до вдалої адаптації, креативні молоді люди, що не бояться труднощів, вирушаючи в юнацькі і молоді роки до іншої країни й беручи на себе повну відповідальність за свою подальшу долю. Тож Україна втрачає й буде втрачати надалі молоду кваліфіковану робочу силу, якщо не покращить ситуацію на ринку праці для молоді.

Рейтинг основних причин можливої еміграції українців, зокрема молоді, у грудні 2016 р. виглядав, за результатами досліджень компанії Research & Branding Group, так:

- 1 – пропозиція прибуткової роботи (28%);
- 2 – збройний конфлікт на Сході країни (27%);
- 3 – економічні проблеми в країні (19%);
- 4 – сімейні обставини (18%);
- 5 – відсутність умов для самореалізації (9%);
- 6 – політична нестабільність (7%).

Третина українців (29%) заявили, що ніякі обставини не змусять на-завжди покинути країну [6].

Польські дослідники теж зазначають, що основною причиною короткотермінових візитів українців до Польщі є покращення свого сімейного бюджету, а міграції – економічні аспекти (83,3%), хоча останніми роками більшого значення набуває й суспільно-політична ситуація [8].

За результатами польських соціологів, рейтинг причин, що спонукають молодих поляків до трудової міграції до інших країн ЄС виглядає так:

- 1 – пошук вищої винагороди за працю – 84% респондентів;
- 2 – кращі стандарти життя та праці – 33%;
- 3 – ширші перспективи будування професійної кар'єри – 26%;
- 4–5 – відсутність відповідної здобутому фаху праці й більш широкі можливості мандрувати та пізнавати світ – по 23%;
- 6 – краща система охорони здоров'я – 22%;
- 7 – кращий соціальний захист – 18%;
- 8 – вищий рівень професійної культури – 14% [11].

Голова Управління Work Service SA Т. Ханчарек (Tomasz Hanczarek) звертає увагу на те, що ситуація з молодими фахівцями в Польщі дуже тривожна, оскільки незначна кількість випускників вищих навчальних закладів і студентів бачать для себе перспективи на польському ринку праці, і молоді, освічені та здатні фахівці йдуть працювати на робочі місця, які потребують значно нижчої кваліфікації, ніж вони мають. Він, зокрема, зазначає: «...якщо не допомогти їм у професійній реалізації й розвитку в Польщі, то це зроблять німці, британці чи голландці, і то буде величезна втрата для польської економіки та держави» [11].

Ці висновки так само актуальні й для України, оскільки зростання хвилі міграції молодих людей несе величезні ризики для країни й суспільства та може спричинити дисфункції на ринку праці, порушивши його соціально-економічну рівновагу.

Збільшення міграційних потоків молоді, як з України, так і з Польщі свідчить, що в обох країнах існують серйозні системні економічні й соціальні проблеми, які негативно впливають на настрої молоді та не відповідають її запитам і потребам у сфері трудової й професійної реалізації. Не випадково в значній частині молодих людей формуються міграційні настрої, що виявляються в бажанні та намаганні виїхати до інших країн, які за рівнем свого економічного й соціального розвитку знаходяться на вищому рівні. Основною метою є пошук більшої фінансової винагороди за свій працю та кращих стандартів життя.

**Висновки.** Міграція є історичним соціально-економічним процесом, а відтак і проблеми мігрантів, як слушно зазначає польський філософ Е. Карольчук (E. Karolczuk), є такими ж старими, як і сама історія людини – «завдяки міграціям людський геном розповсюдився з Африки по всій земній кулі» [10, с. 28].

У сучасних умовах міграція набуває глобального, разом з тим гостро проблемного характеру, оскільки одночасно з позитивними наслідками: перерозподілом робочої сили між різними регіонами, культурною асиміляцією – більш помітними стають негативні наслідки, а саме: масовий наплив мігрантів з країн Близького Сходу до країн Європейського Союзу, що погіршує криміногенну ситуацію й збільшує небезпеку тероризму в них. Однією з проблемних зон міграції є також той факт, що посилюється відтік молодих високопрофесійних кадрів, зокрема з Польщі та України до інших країн Європи, абсолютна більшість яких (до 75% опитаних поляків і до 90% українців) не хотіли би повертатися до своєї Батьківщини, пов'язуючи своє майбутнє з тими країнами, до яких виїхали на навчання або в пошуках достойно оплачуваної праці. А це означає, що потерпають ринки праці як Польщі, так і України від нестачі молодих кваліфікованих кадрів, які здатні розробляти й утілювати новітні інженерні та високотехнологічні проекти в економіку. І якщо на польському ринку праці цю нестачу певною мірою компенсують українські молоді фахівці, які стають донорами для

польської економіки, то український ринок робочої сили втрачає цінний трудовий потенціал, який важко відтворити в найближчому майбутньому. Масовість трудової міграції молоді зумовлена, насамперед, відсутністю сприятливих умов для реалізації здобутих нею професійних знань, високих стандартів життя. А відтак вона є викликом молоді на гострі соціально-економічні проблеми, що існують у країнах їх постійного проживання.

Проблема трудової міграції молоді і в Польщі, і в Україні не залишається не поміченою державними інституціями – існує намагання до виконання основних нормативних документів керівних органів ЄС стосовно реалізації спільної політики у сфері регулювання міграцій, головним механізмом упровадження якої є схвалений ще в грудні 2005 р. План політики у сфері легальної міграції [14]. М. А. Оврамець, аналізуючи останні рішення керівних структур ЄС стосовно міграційної політики, зазначає, що «європейська міграційна політика все більше орієнтується на регульоване залучення кваліфікованих іноземних працівників за контрактами та розширення права на працевлаштування молоді з країн, які мають середній рівень економічного розвитку» [5, с. 142]. А це означає, що міграційні настрої, а відтак трудова міграція молоді з України й Польщі, за сприятливих умов праці та життя в більш розвинутих країнах Євросоюзу посиляться. Отже, мають бути сформовані важелі утримання молодих людей на Батьківщині за рахунок високих стандартів життя та привабливих умов праці на вітчизняних підприємствах, де вони могли б реалізовувати свій інтелектуальний потенціал, професійні та ділові здібності та створювати конкурентну продукцію для європейського й світового ринків.

#### Список використаної літератури

1. Волох В. А. Формирование и реализация государственной миграционной политики Российской Федерации: автореф. дис. ... д-ра полит. наук. URL: <http://www.disscat.com/content/formirovanie-i-realizatsiya-gosudarstvennoi-migratsionnoi-politiki-rossiiskoi-federatsii> dostep/
2. Міжнародна міграція в Україні: факти і цифри / Міжнародна організація з міграції (МОМ). Представництво в Україні. 2016. 32 с. URL: [http://iom.org.ua/sites/default/files/ff\\_ukr\\_21\\_10\\_press.pdf](http://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf).
3. Населення Польщі. Департамент по економічним і соціальним вопросам ООН: Отдел народонаселения. URL: <http://countrymeters.info/ru/Poland>.
4. Населення України. Департамент по економічним і соціальним вопросам ООН: Отдел народонаселения. URL: <http://countrymeters.info/ru/Ukraine>.
5. Оврамець М. А. Діяльність керівних органів ЄС у сфері контролю міграцій. *Проблеми міжнародних відносин*. 2013. Вип. 7. С. 122–142.
6. Перспективні українці дедалі частіше виїжджають закордон: статистика. *СВІТУА*. 2017. 29 січня. URL: <http://svitua.com.ua/news/201701/2236-perspektyvni-ukrayinci-dedali-chastishe-vyvizhdzhayut>.
7. Щербатенко О. Чемоданний настрої. Якими є реальні масштаби української еміграції. *Українська правда*. 2017. 23 січня. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/01/23/618436/>



8. Chmielewska I., Dobroczek G., Puzynkiewicz J. Nowa fala migracji obywateli Ukrainy do Polski. *Obserwator Finansowy*. 2016. URL: <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/makroekonomia/nowa-fala-migracji-obywateli-ukrainy-do-polski/>

9. Emigracja Polaków: zaskakujące dane. *Polski obserwator.de*. 2017. URL: <http://polskiobserwator.de/aktualnosci/emigracja-polakow-zaskakujace-dane/>

10. Karolczuk E. Imigranci – na krawędzi narodu i wynarodowienia. *Dialog Edukacyjny RODNiIP «WOM» Rybnik: kwartalnik pedagogiczno-społeczny*. 2016. № 1–2 (32–33). С. 28–32.

11. Kubisiak A. Młodzi chcą emigrować za pracę. *Work Service*. URL: <http://www.workservice.com/pl/Centrum-prasowe/Informacje-prasowe/Ekspert-HR-komentuje/-Mlodzi-chca-emigrowac-za-praca>.

12. Małkiewicz A. Kryzys migracyjny. *Dialog Edukacyjny RODNiIP «WOM» Rybnik: kwartalnik pedagogiczno-społeczny*. 2016. № 1–2 (32–33). С. 25–26.

13. Mazurkiewicz P. Trudna walka o zatrzymanie młodych ludzi w Polsce. *Życie Ziemi Podlaskiej*. URL: <http://www.rp.pl/Zycie-Ziemi-Podlaskiej-/309199867-Trudna-walka-o-zatrzymanie-mlodych-ludzi-w-Polsce.html#ap-1>.

14. Policy Plan on legal Migration: Communication from the Commission / Commission of the European Communities [COM (2005) 669 final. SEC (2005)1680]. Brussels, 21.12.2005. 29 p.

*Стаття надійшла до редакції 21.07.2017.*

---

### **Лобанова А. С., Кузёр А. Миграционные настроения молодёжи Украины и Польши как вызов социально-экономическим проблемам**

*В статье рассматривается актуальная проблема современности – миграция, в частности трудовая, молодых людей с Украины и Польши в другие страны Евросоюза. Анализируются причины, масштабы миграции. Выявляются демографические характеристики, социальные статусы и потенциальные намерения мигрантов относительно места и страны их дальнейшей трудовой деятельности. Сравниваются миграционные настроения молодых украинцев и поляков, которые учатся или уже начали свой трудовой путь. Предлагаются пути преодоления негативных последствий миграции молодежи.*

**Ключевые слова:** молодежь, миграция, трудовая миграция, миграционные настроения, рынок труда, профессиональные способности, трудовой потенциал.

### **Lobanova A., Kuzer A. Migration Settlement in the Youth of Ukraine and Poland as a Challenge Socio-Economic Problems**

*The article deals with the current problem of modernity – migration, in particular labor, young people from Ukraine and Poland to other countries of the European Union. It is proved that under present conditions movement becomes global, but at the same time acutely problematic, as simultaneously with positive consequences: the redistribution of labor between different regions, cultural assimilation, the more significant are the adverse effects, namely the mass influx of migrants from the countries of the Middle East to the nations of the European Union, worsening the criminal situation and increasing the danger of terrorism in them.*

*One of the problem areas of migration is also the fact that the outflow of young highly skilled personnel, in particular from Poland and Ukraine to other European countries, The absolute majority of whom (up to 75% of Poles polled and up to 90% of Ukrainians) would not want Return to their homeland, linking their future with those countries to which they went to study or in search of decently paid work. And this means that the labor markets of both Poland and Ukraine are suffering from the shortage of young skilled personnel who can develop and implement the latest engineering and high-tech projects in the economy. And if*

*on the Polish labor market this lack is to some degree compensated by young Ukrainian specialists who become donors for the Polish economy, the Ukrainian labor market loses valuable work potential, which, unfortunately, is difficult to reproduce shortly.*

*The mass of labor migration of young people is conditioned, first of all, by the lack of favorable conditions for the implementation of its professional knowledge, high standards of living. That is, it is a challenge for young people for the acute socio-economic problems that exist in their countries of permanent residence. Therefore, the levers of retaining young people in the Motherland should be formed due to high standards of living and attractive working conditions at domestic enterprises where they could realize their intellectual potential, professional and business abilities and create competitive products for the European and world markets.*

**Key words:** *youth, migration, labor migration, migratory mood, labor market, professional abilities, work potential.*

УДК 316.33:314.15(477)

**В. О. ЧОРНА**

## **СТАН ТРУДОМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ ТА ПРИЧИНИ ЇХ АКТИВІЗАЦІЇ НА ТЛІ ІСНУЮЧОГО ВІЙСЬКОВОГО КОНФЛІКТУ**

*У статті проаналізовано стан трудовіграційних процесів у контексті узагальнення соціально-економічних показників розвитку Південного (Причорноморського) регіону України. Доведено, що для трудовіграційних процесів цього регіону характерне переважання добровільної, індивідуальної, незареєстрованої внутрішньої міграції відцентрового спрямування, посиленої процесами урбанізації. Обґрунтовано положення про те, що на території регіону спостерігаються різні типи міграцій, зокрема тимчасова м'ягнкова, що пов'язана із сезонною зайнятістю в агропромисловому комплексі та курортно-рекреаційній сфері, переміщеннями для здобуття вищої освіти, комерційна й транзитна, які зумовлені географічною близькістю до морських кордонів України та розвитком транспортної інфраструктури регіону, нарешті, вимушена, що визначена впливом тимчасової анексії АР Крим й подій у зоні АТО.*

*Подано трудовіграційну характеристику Одеського, Херсонського, Миколаївського субрегіонів за рівнем міграційних потоків та міграційної привабливості залежно від їх економічного потенціалу.*

**Ключові слова:** *трудомиграційні процеси, Південний регіон, міграційні потоки, трудова міграція, трудомиграційні переміщення.*

Сучасний ринок робочої сили передбачає високий рівень вільного переміщення, тобто трудових міграцій, економічно активного населення в межах або поза межами регіону/країни в пошуках роботи або постійного місця проживання. Провідною детермінантою трудової міграції, зокрема тієї, що нині спостерігається на теренах України й стосується як зовнішніх (транскордонних), так і внутрішніх (між регіонами, областями, територіальними поселеннями однієї країни) у більшості випадків, є прагнення покращення рівня матеріального благополуччя, а основними функціями – забезпечення належного рівня соціопросторової мобільності населення працездатного віку, оновлення структури та складу робочої сили, баланс попиту і пропозиції на ринку праці в межах конкретного регіону. З-поміж інших значущих функцій варто виокремити соціальну, яка передбачає підвищення рівня життя, зміну соціального статусу працівника, можливість більш повної реалізації потенціалу особистості.

Інтенсивність міграційної рухливості робітників визначається цілою низкою чинників, таких як: економічні, соціальні, природно-кліматичні, екологічні, демографічні, етнічні, політичні, які визначають характер, напрям, частоту соціопросторових переміщень.

Під цим кутом зору на особливу увагу заслуговує нині Південний регіон України (Одеська, Миколаївська, Херсонська області – Північне Причорномор'я) як цілісний специфічний економіко-демографічний простір з

притаманними йому господарством, рекреаційною сферою, етнічною та статеві-віковою структурою населення, який зазнав суттєвих трансформацій у руслі останніх військово-політичних подій в Україні.

Серед доробку вітчизняних міграцієзнавців варті особливої уваги загальна теорія просторової самоорганізації населення І. Прибиткової, дослідження й комплексний аналіз демографічних і соціально-економічних характеристик трудових міграційних процесів, що представлені в працях Н. Варги, Е. Лібанової, А. Лобанової, І. Майданік, О. Малиновської, В. Онищука, С. Пирожкова, О. Позняка, В. Полторака, Ю. Римаренка, О. Хомри, Б. Юськова та ін. Науковий аналіз проблем, пов'язаних із процесами виникнення й розвитку трудових міграцій громадян України в різних аспектах міграційних процесів, запропонували у своїх працях В. Нагорний, М. Ожеван, Т. Петрова, О. Примак, В. Чорна.

Проте регіональний аспект проблематики, зокрема Південного регіону України, досліджено порівняно менше, тим більше на тлі існуючого військового конфлікту, що має місце саме в безпосередній близькості до цього регіону. Це й зумовлює актуальність цієї наукової розвідки.

**Метою статті** є дослідження стану трудовіграційних процесів на Півдні України та виявлення причин їх активізації.

Сучасна ситуація у сфері внутрішньої трудової міграції, активізація трудовіграційних процесів пояснюються не лише мізерною заробітною платою, а й наявністю систематичних порушень чинного трудового законодавства, відсутністю належних умов для кар'єрного просування. Диспропорція на ринку праці України призводить до того, що випускники ВНЗ не можуть знайти місце роботи, що відповідало б їх кваліфікації, як наслідок, вони поповнюють лави трудових мігрантів. Пояснити ситуацію, що склалася, можна особливостями формування міжнародного (світового) ринку праці, на якому відсутній реальний конкурс через реалії «фаміліаристського бізнесу», засилля клановості, родинності в секторах державного управління, освіти тощо.

Спробуємо схарактеризувати сучасні тенденції трудової міграції Півдня України, здійснивши аналіз статистичних даних щодо міграційного руху населення, функціонування ринку праці, чисельності та складу населення за останні роки.

Рівень зайнятості працездатного населення в середньому в регіоні залишався незмінним і коливався в інтервалі від 65,53% до 67,03%, найбільшого значення цей показник набув у 2012 р., найменшого – у 2014 р. Так, в Одеській області показник зайнятості працездатного населення не перевищує 66,7%, тоді як у Миколаївській його максимальне значення дорівнює 68,8%, у Херсонській – 66,9%. Чисельність безробітного населення працездатного віку у відсотковому співвідношенні від загальної кількості населення працездатного віку в Одеській області коливається в інтервалі від 5,7% до 7,0%, аналогічні показники в Миколаївській області набувають

значень у проміжку 7,8–9,4 %, тоді як у Херсонській – вони мають максимальні значення, змінюючись у межах від 9,1% до 10,4%. Відстежуючи динаміку чисельності безробітного населення, зазначимо, що останніми роками суттєвих змін в Одеській та Миколаївській областях не відбулося, а ось у Херсонській області спостерігається значне збільшення кількості зареєстрованих безробітних, зокрема у 2015 р. [1; 2; 3].

Аналіз щомісячної динаміки кількості безробітних та потреби підприємств у працівниках на заміщення вакантних посад свідчить про наявність сезонних особливостей цих показників. Крім того, вивчення щомісячних індикаторів міграційного руху уможлиблює припущення про специфіку регіону, пов'язану з тимчасовими маятниковими, сезонними трудовими переміщеннями осіб, зайнятих у сільськогосподарській, рекреаційних сферах. Для Південного регіону актуальне залучення сезонної робочої сили з числа незайнятих і безробітних інших працenaдлишкових районів. Зокрема, найбільша потреба підприємств у працівниках упродовж 2010–2015 рр. спостерігалася в період з травня по жовтень. Натомість кінець і початок року, зазвичай це грудень-лютий, були найважчими для працівників у плані пошуку робочих місць.

Значення показника навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне робоче місце в Одеській області коливається в інтервалі від 2 до 9 осіб, набуваючи мінімального значення у вересні-жовтні 2011 р. У Херсонській області аналогічний показник варіює в проміжку від 3 до 35 осіб, найвище навантаження спостерігалася в грудні 2015 р., що свідчить про посилення тенденції пошуку робочих місць наприкінці календарного року. У Миколаївській області, де активніше розвивається виробнича сфера, порівняно з іншими областями регіону, динаміка зміни показника навантаження зареєстрованих безробітних на одне вільне місце має дещо відмінний характер. Так, цей показник змінює своє значення від 7 до 21, набуваючи мінімального значення в серпні-жовтні 2011 і 2013 рр., максимального – у лютому 2011 р. [1; 2; 3].

Порівнюючи сальдо міграції окремих субрегіонів з кожним «міграційним партнером» того самого рівня, можна зробити висновок, що Одеська область є лідером міграційного обсягу, маючи додатний приріст, порівняно з Миколаївською та Херсонською областями. Як бачимо, Одеському субрегіону за силою міграційного тяжіння поступаються інші області, хоча відповідно до статистичних даних, починаючи з 2013 р., він втрачає позиції лідера, натомість Миколаївська й Херсонська області є скоріше регіонами, що «віддають» населення (табл. 1). Більшу частину міграційного потоку приймають обласні центри. Разом з тим міграційна ситуація в Південному регіоні є відображенням міграційних тенденцій, наявних в Україні.

Таблиця 1

## Тенденції міграції на Півдні України (2010–2016 рр.) [5; 6; 7]

Прибуло/вибуло	2010		2011		2012		2013		2014	2015	2016*
	У межах області/країни	Зовнішня	У межах області/країни	Зовнішня	У межах області/країни	Зовнішня	У межах області/країни	Зовнішня	**	**	**
Одеська											
П	23 703	14 255	23 100	13 550	23 038	19 727	20 880	16 264	31 709	25 781	5 166
В	23 703	9 153	23 100	9 460	23 038	9 600	20 880	10 483	27 070	24 795	5 185
Миколаївська											
П	8 487	6 867	8 184	6 593	8 630	6 678	8 416	6 447	14 545	14 023	2 857
В	8 487	7 232	8 184	7 240	8 630	7 658	8 416	7 246	13 901	13 817	2 653
Херсонська											
П	8 751	6 312	8 589	6 201	8 033	5 968	7 545	5 469	13 401	12 646	2 536
В	8 751	7 462	8 589	7 328	8 033	7 842	7 545	7 386	14 259	12 947	2 448
Україна											
П	652 939	30 810	637 713	31 684	649 865	76 361	621 842	54 100	542 506	533 278	106 873
В	652 939	14 677	637 713	14 588	649 865	14 517	621 842	22 187	519 914	519 045	100 617

\*Одеська область – статистика щодо міграційних потоків за січень-квітень 2016 р., Миколаївська, Херсонська – січень-березень 2016 р.

\*\* До 2013 р. згідно з методикою вивчення статистичних показників міграції оцінювали переміщення в межах та поза межами області, з 2014 р. визначається загальний показник прибулих/вибулих без визначення напрямку й відстані переміщення, що пов'язано, у першу чергу, з розмежуванням функціональних обов'язків та повноважень Міністерства внутрішніх справ і Державної міграційної служби [6; 7; 8].

Найпривабливішими для мігрантів є обласні центри, зокрема м. Одеса. Аналіз соціально-просторової спрямованості міграційних потоків свідчить про наявність прямої залежності від розмірів середньомісячної заробітної плати. З іншого боку, якісний аналіз даних засвідчує, що внутрішня міграція в регіоні має урбаністичний характер, тобто найпоширенішим видом міграції є переміщення, що вирізняються зміною типу поселень – з сільської місцевості до міської. Про це свідчать дані статистики, зокрема, чисельність сільського населення в Одеській області скоротилася за останні 7 років на 6,6 тис. осіб, натомість міське населення збільшилося на 10,8 тис. осіб. У Миколаївській області число сільських жителів з 386,9 тис. осіб у 2009 р. зменшилось до 367,6 тис. осіб на початок 2016 р., чисельність міських жителів скоротилася з 808,9 до 790,6 тис. осіб. У Херсонській області чисельність жителів у сільських поселеннях скоротилася з 427,5 тис. осіб до 411,9 тис. осіб, поряд з тим кількість міських жителів зменшилась на 21,5 тис. осіб. Такі тенденції, з одного боку, пояснюються наявністю спаду народжуваності, з іншого – наявністю міграційних переміщень [1; 2; 3]. Пояснити наявні тенденції можна, скоріше за все, скороченням перспективи соціального часу або, інакше кажучи, заміною

довготривалої перспективи, властивої стабільному періоду історії, короткостроковою.

Окремо варто звернути увагу на наявність нелегальної міграції на Півдні України, який використовується як міграційний коридор до країн Західної Європи та Центральної Америки. На думку А. Козаченко, аналіз виявлених випадків незаконної міграції дає змогу з'ясувати ряд способів її реалізації. Найнебезпечнішим видом міграції є схема, відповідно до якої громадяни через морські, вантажні порти здійснюють переміщення за маршрутами суден [4].

Використання Південного регіону, насамперед Миколаївської та Херсонської областей, для нелегального переміщення мігрантів до Західної Європи зумовлено низкою причин. По-перше, лише цей регіон має можливості щодо використання морського транспорту, який переважає в міграційних схемах у зв'язку з наявними технічними можливостями схову мігрантів і відсутністю належного контролю, зумовленого особливостями цього виду транспорту. По-друге, ці області не залучені до здійснення масштабних пасажирських перевезень, на відміну від Одещини, тому не передбачено ні організаційних, ні технічних заходів щодо виявлення незаконних мігрантів. По-третє, значного поширення набула регіональна транзитна міграція – громадяни сусідньої Молдови напівлегально прибувають на територію України з метою подальшого переміщення на територію Росії [4].

Підбиваючи підсумки, зазначимо, що внутрішні переміщення є більш поширеною формою зміни місця проживання, оскільки, за проаналізованими даними, вони майже в 10 разів переважають за обсягом зареєстровані випадки зовнішньої міграції. Більше ніж половина всіх переїздів здійснюється всередині регіонів, лише трохи менше ніж 1/3 – між регіонами держави. Переважають переміщення між містом і селом, що характеризуються бурхливими процесами індустріалізації та урбанізації, сільське населення скорочується в основному за рахунок відтоку представників молодого покоління, інтенсивність вибуття якого в 3–4 рази вища, ніж інших вікових груп сільського населення.

Внутрішні переміщення робочої сили стримуються дефіцитом і високою вартістю купівлі та оренди житла в обласних центрах як осередках міграційних потоків; відсутністю розгалуженої системи посередництва в працевлаштуванні; порядком реєстрації місця проживання та наявністю доступу до багатьох соціальних послуг. Внутрішні переміщення працівників за місцем фактичного проживання та роботи зазвичай не зареєстровані, тому статистично не обліковуються.

Важливо підкреслити, що, виїжджаючи на роботу до міст, громадяни залишаються в правовому полі держави і вже завдяки цьому є краще захищеними, ніж мігранти, працевлаштовані за кордоном, які переважно зайня-

ті неофіційно, тобто не користуються належною повнотою трудових прав, позбавлені соціальних гарантій.

Починаючи з 2013 р., численні внутрішні переселення в Україні, спричинені анексією АР Криму та воєнними діями на Донбасі, мають вимушений характер. Вимушені міграції принципово відрізняються від добровільних, спрямованих на покращання матеріального та соціального становища, тим, що, навпаки, спричиняють втрату соціального статусу та руйнування добробуту переселенців.

На кінець квітня 2016 р. з тимчасово окупованої території та районів проведення антитерористичної операції до інших регіонів загалом переселено 1030,9 тис. осіб (639,3 тис. сімей), у тому числі: з Донецької й Луганської областей – 1008,7 тис. осіб; з АР Крим і міста Севастополь – 22,2 тис. осіб. Найбільші потоки внутрішнього переміщення осіб протягом звітного тижня були спрямовані у східні та південні регіони України (Луганська, Київська та Одеська області) [8].

За оперативними даними Державної міграційної служби, станом на 21 квітня 2016 р. до Одеської області переселено 37 093 осіб (з них 35 650 – з Донецької та Луганської областей, 2043 – з АР Крим); Миколаївської – 8576 (з них 7221 – з Донецької та Луганської областей, 1355 – з АР Крим); Херсонської – 11 700 (з них 10 622 – з Донецької та Луганської областей, 1078 – з АР Крим) [8].

За період з початку 2014 р. по травень 2016 р., з початку окупації АР Крим та проведення АТО, до Херсонського регіонального центру зайнятості звернулося по допомогу в працевлаштуванні 1355 мешканців АР Крим, Донецької та Луганської областей, до Одеського і Миколаївського – 2309 та 1157 осіб відповідно. З них працевлаштовані на Херсонщині 465 осіб, на Одещині – 735, на Миколаївщині – 433. Майже кожний п'ятий безробітний із числа внутрішньо переміщених осіб влаштувався на місце робітника з обслуговування, експлуатації та контролю за роботою устаткування і машин, 16,0% – на місця найпростіших професій, 13,0% – на місця законодавців, вищих державних службовців, керівників, менеджерів. За видами економічної діяльності майже третина безробітних із числа внутрішньо переміщених осіб були працевлаштовані в сільському та лісовому господарствах, кожний п'ятий безробітний – в оптовій та роздрібній торгівлі; 8% – у державному управлінні й обороні; по 6,3% – охорона здоров'я та надання соціальної допомоги, тимчасове розміщення й організації харчування [5; 6; 7].

Безробітними з числа переселенців є переважно представники жіночої статі. Вікова структура безробітних з числа ВПО суттєво відрізняється від структури безробітних інших категорій. Зокрема, частка молоді у віці до 35 років серед переселенців становить понад 46,65%, питома вага осіб, старших ніж 45 років, становить 22,7% [5; 6; 7].



Більшість внутрішньо переміщених осіб перебувають у найближчих до місць попереднього проживання регіонах, що свідчить про намір повернутися до покинутих домівок. Якщо говорити про особливості Південного регіону щодо внутрішніх переміщень, варто зауважити, що більшість мігрантів – це біженці з АР Криму, зони АТО та військовослужбовці. Надмірна концентрація переселенців лягає важким тягарем на інфраструктуру, ринок праці та житла регіонів вселення. Водночас, за даними соціологів, частина внутрішньо переміщених осіб орієнтується на постійне проживання в інших регіонах України [8].

**Висновки.** Незважаючи на активне вивільнення робочої сили й високий рівень безробіття, у деяких регіонах Півдня України спостерігається нестача трудових ресурсів, яка частково заповнюється за рахунок мігрантів із сільської місцевості. На сьогодні вже не стільки безробіття, скільки низька оплата праці, менші можливості малокваліфікованих працівників стають головною проблемою вітчизняного ринку праці. Чимало підприємств, особливо сільських, надають перевагу вимушеним мігрантам, а не місцевим працівникам, оскільки це достатньо дешева, кваліфікована й дисциплінована робоча сила. Натомість самі мігранти стикаються з певними проблемами на ринках праці. Основною з них є проблема невідповідності праці основної професії й рівня кваліфікації мігрантів, унаслідок чого знижується їх професійно-кваліфікаційний рівень; через переїзд нерідко виникають переміщення всередині кваліфікаційних груп. Нарешті, ситуація ще більше ускладнюється існуючими на тлі військового конфлікту вимушеними переселеннями доволі масового характеру, що традиційно вважається фактором зростання напруженості на місцевих ринках праці та погіршення криміногенної ситуації.

Нинішній етап розвитку міграційних процесів в Україні в цілому й на Півдні України зокрема характеризується зменшенням масштабів зовнішньої міграції та посиленням внутрішньої, що спричинене зовнішніми об'єктивними чинниками: з одного боку, наявною міграційною кризою в країнах ЄС, з іншого – нестабільною соціально-політичною, фінансово-економічною ситуацією в Україні, існуючим на її теренах військовим конфліктом.

Брак достовірної інформації щодо загальної чисельності мігрантів, мотивації та соціально-просторової спрямованості переміщень, стихійність і некерованість перебігу міграційних процесів значною мірою ускладнюють цілеспрямоване управління з боку уповноважених державних органів, що може навіть становити загрозу національній безпеці країни. З огляду на це, насамперед актуалізується потреба з'ясування провідних мотивів, причин здійснення переміщень, а також оцінювання соціально-економічних наслідків внутрішньої міграції українців на регіональному рівні.

### Список використаної літератури

1. Головне управління статистики в Миколаївській області : офіційний сайт. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua>.
2. Головне управління статистики в Одеській області : офіційний сайт. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.
3. Головне управління статистики в Херсонській області : офіційний сайт. URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua>.
4. Козаченко А. Незаконная миграция и торговля людьми на Юге Украины: уровень распространения и способы противодействия. URL: <http://inter.criminology.onua.edu.ua/?p=530>.
5. Надання послуг внутрішньо переміщеним особам Херсонським регіональним центром зайнятості. URL: <http://www.dcz.gov.ua/khe/control/uk/statdatacatalog/list>.
6. Надання послуг внутрішньо переміщених особам Миколаївським регіональним центром зайнятості. URL: <http://www.dcz.gov.ua/mik/control/uk/statdatacatalog/list>.
7. Надання послуг внутрішньо переміщених особам Одеським регіональним центром зайнятості. URL: <http://www.dcz.gov.ua/ode/control/uk/statdatacatalog/list>.
8. Оперативний звіт з моніторингу міграційних процесів (15–21 квітня 2016 р.). URL: [http://dmsu.gov.ua/images/pro-dms/centr/zvit\\_vypusk\\_27.pdf](http://dmsu.gov.ua/images/pro-dms/centr/zvit_vypusk_27.pdf).

Стаття надійшла до редакції 23.07.2017.

---

### **Чорная В. А. Состояние трудовмиграционных процессов в Южном регионе Украины и причины их активизации на фоне существующего военного конфликта**

*В статье анализируется состояние трудовмиграционных процессов в контексте обобщения социально-экономических показателей развития Южного (Причерноморского) региона Украины. Доказывается, что трудовмиграционные процессы этого региона характеризуются преобладанием добровольной, индивидуальной, незарегистрированной внутренней миграции центробежного направления, усиленной процессами урбанизации. Обосновывается положение о том, что на территории региона наблюдаются разные типы миграций, в частности временная маятниковая, которая связана с сезонной занятостью в агропромышленном комплексе и курортно-рекреационной сфере, перемещениями для получения высшего образования, коммерческая и транзитная, которые предопределены географической близостью к морским границам Украины и развитием транспортной инфраструктуры региона, наконец, вынужденная, обусловленная влиянием временной аннексии АР Крым и событий в зоне АТО.*

*Представлена трудовмиграционная характеристика Одесского, Херсонского, Николаевского субрегионов по уровню миграционных потоков и миграционной привлекательности в зависимости от их экономического потенциала.*

**Ключевые слова:** *трудовмиграционные процессы, Южный регион, миграционные потоки, трудовая миграция, трудовмиграционное перемещение.*

### **Chornaj V. Labor Migration Processes State in the South Ukrainian Region and Their Intensification Reasons Within the Existing Military Conflict**

*This article analyzes the state of labor migration processes in Ukraine in the context of generalization of socioeconomic indicators of the development of the Ukrainian South (Black Sea) region. Labor migration processes in this region are characterized by the prevalence of voluntary, individual, unregistered internal migration of a centrifugal nature, intensified by urbanization processes. The regional centers are able to keep the population due to its constant inflow from other cities and rural settlements; except resort and recreation centers. Like the countryside, small cities are losing mainly young people, which forms a contingent of students and constitutes a significant part of labor migrants.*

*In general, temporary balance migration is prevailing in the region today, associated with seasonal employment in the agro-industrial complex and in the resort and recreational area, movements for higher education. There is also commercial and business migration due to geographical proximity to Ukraine's maritime borders and the development of the region's transport infrastructure. Finally, forced migration is also observed, due to the effect of the temporary annexation of Crimea and events in the ATO zone.*

*Evaluation of labor-migration processes also allowed to identify the Odesa, Kherson, Mykolayiv subregions, characterized by different levels of migration flows / migration attractiveness on the basis of their economic potential.*

**Key words:** *labor migration processes, South region of Ukraine, migration currents, labor migration.*

## СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

УДК 159.923.5

В. В. АЛЕКСАНДРОВА

### ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

*У статті розглянуто такі напрями екологічної освіти, як екологізація освіти, професійна екологічна освіта, екологічна свідомість. Виявлено значущість підготовки майбутніх фахівців з розвиненим екологічним мисленням. Визначено принципи формування екологічної свідомості майбутніх фахівців і методи, які сприяють її формуванню. Простежено взаємозв'язок життєвого середовища й рівня розвитку екологічної свідомості. Підкреслено роль художнього мислення в розумінні суб'єктом сучасних екологічних проблем. Окреслено шляхи створення системи культурних відносин між Людиною та Природою.*

**Ключові слова:** екологізація освіти, екологічна свідомість, екологічна освіта, життєве середовище, методи формування екологічної свідомості.

Сучасна економіка розвинених країн потребує від фахівців нової якості – підвищеної професійної мобільності, що повинна розвиватися на всіх рівнях професійної й загальноосвітньої підготовки. Професійна мобільність майбутніх фахівців у наш час передбачає сформовану екологічну свідомість. Ділові якості працівника багато в чому залежать від умов роботи, але безперечним тут є визначення місця людини в сучасному перетворенні існуючих відносин у системі «Людина – Природа», психолого-педагогічних технологій екологічної спрямованості (В. Є. Борейко, С. Д. Дерябо, О. Г. Листопад, В. А. Ясвін та ін.).

Виникає суперечність між необхідністю формування у майбутніх фахівців екологічної свідомості та недостатності педагогічних технологій, спрямованих на її формування.

Учені, зокрема С. Н. Глазачов, І. А. Зязюн, В. С. Крисаченко, Л. Б. Моїсєєв, В. І. Панченко, В. В. Рибалка, зазначають, що проблема екологічної освіти й виховання населення Землі постає у світовому баченні як головний чинник можливості подальшого буття та життєдіяльності людей. Виходом із такого становища є звернення всього свідомого населення до негнучких джерел людської культури, величких гуманістичних цінностей, тобто формування екологічної свідомості населення.

**Метою статті** є визначення принципів і методів формування екологічної свідомості як важливої складової професіоналізму майбутніх фахівців.

Сучасні теорії організації праці, зокрема концепція «розвитку людських ресурсів» («Human Resources Development», HRD), передбачають комплексну програму створення умов для добровільної інтенсифікації праці, мобілізації всіх інтелектуальних і емоційних ресурсів особистості, усього її потенціалу в інтересах максимально екологічно небезпечного виробництва. Відповідно до цієї установки розробляють і реалізують програми, орієнтовані на вдосконалення персоналу в освітньому й професійному аспектах, на широкий розвиток особистості та її екологічної свідомості. Питання екологічної освіти потребує уваги з боку суспільства та керівних органів країни. Виконання Рішення Колегії МОН України «Про екологізацію вищої освіти України з метою підготовки фахівців для сталого розвитку» від 27 листопада 2015 р. підвищує важливість екологічної освіти всіх верств населення, що в майбутньому дасть змогу сформувати суспільство з екологічно безпечною економікою й громадянами з екоцентричною свідомістю.

На думку Д. Грейсона і К. О'Делла, авторів книги «Американський менеджмент ХХІ століття», у конкурентоспроможній країні її громадянам необхідно мати здатність спостерігати природні процеси, аналізувати їх, інтерпретувати результати та здійснювати дії, а для цього треба мати знання про світ. Людству необхідна нова філософія життя – екологічна. Тому екологічна освіта поряд з економічною, інформаційною, гуманітарною, повинна стати фундаментом усієї системи освіти. Сприйняття навколишнього світу як цілісної динамічної системи взаємозв'язку природи, людини й суспільства вимагає постійного оновлення змісту освіти, удосконалення методів, форм і засобів навчання у вищих навчальних закладах.

Екологізація системи освіти – це характеристика тенденції проникнення екологічних ідей, понять, принципів в інші дисципліни, а також підготовка екологічно грамотних фахівців різного профілю. Саме в наші дні потрібна екологізація взагалі всієї системи освіти й виховання. Кінцева мета цієї трансформації – проникнення сучасних екологічних ідей і цінностей у всі сфери суспільного життя [6]. Екологізація вузівських навчальних дисциплін стосується як навчальної, так і позанавчальної діяльності студентів, і будується на принципах *цілісності, єдності та наступності* всіх ланок і етапів вузівського навчання, а також *на встановленні міжпредметних зв'язків* та інтеграції навчальних дисциплін. Інформація з проблем навколишнього середовища вводиться в основні навчальні курси з урахуванням специфіки кожного предмета, що можливо реалізувати в курсі лекцій, на семінарських, лабораторних заняттях, після закінчення викладу теми або розділу, у кінці вивчення всього теоретичного курсу. З метою обміну досвідом потрібно проводити семінари, тренінги, аналізувати вітчизняну та зарубіжну літературу з питань екологізації освіти. Екологічна освіта успішно поєднує процеси навчання, виховання, розвитку особистості, забез-

печує формування екологічної свідомості, без якої жоден фахівець не може бути справжнім професіоналом.

Отже, нині формування екологічної свідомості має стати основним завданням у практиці підготовки фахівців будь-якого профілю діяльності.

С. Д. Дерябо, В. А. Ясвін розуміють «екологічну свідомість» як сукупність екологічних уявлень існуючого нині ставлення до природи, а також відповідних стратегій і технологій взаємодії з нею. Психолог В. О. Скребець вважає, що екологічна свідомість – це вищий рівень психічного відображення природи та штучного середовища, свого внутрішнього світу, рефлексії щодо місця й ролі людини в біологічному, фізичному, хімічному світі, а також саморегуляція цього відображення. О. С. Мамешина у своїх дослідженнях виокремлює такі принципи й методи формування екологічної свідомості:

– *принцип формування мислеобразу*. Ми розуміємо це як використання в педагогічному процесі таких методів, які формують ставлення особистості до природи за допомогою наукової інформації, мистецьких творів, різних філософських теорій тощо (метод екологічних асоціацій, метод художньої репрезентації природних об'єктів);

– *принцип суб'єктифікації природних об'єктів* – дає змогу використовувати в процесі екоосвіти методи, які сприяють формуванню суб'єктної модальності ставлення до природи (метод екологічної ідентифікації, метод екологічної емпатії, метод екологічної рефлексії);

– *принцип екологічної коактивності* – передбачає використання таких методів, які сприяють формуванню суб'єктно-етичного ставлення до природних об'єктів у діяльності особистості, спрямованої на світ природи (метод ритуалізації екологічної діяльності, метод екологічної турботи) [5, с. 654].

Важливо з'ясувати, які *психологічні механізми* сприяють розвитку екологічної свідомості; як пов'язані деякі структурні компоненти екологічної свідомості з навколишнім *життєвим середовищем*.

В основі механізму адаптації людини до світу лежить почуття єдності з навколишнім фізичним простором, причому це почуття закладене в глибинних шарах людської психіки. Відсутність «свого місця» знижує активність людини. Як влучно зазначила О. С. Мамешина, «втрата дару одухотворення простору землі – це головний нерв екологічної проблеми» [5, с. 655]. Тобто любов до «свого місця», турбота про нього, емоційні переживання згодом переростають у свідому любов до природи та і турботу про неї. Екологічна свідомість – це, насамперед, здатність людини відчувати живе буття світу, приміряти, пристосовувати його до себе, взаємоузгоджувати власні потреби й устрій природного довкілля [3].

Оскільки екологічна культура, як ми вже зазначали, є складовою загальної культури, вважаємо, що твори мистецтва (художні фотографії, картини тощо), інші візуальні технології можуть зробити екоосвітній процес

ефективнішим. Процес екоосвіти має проходити в інтер'єрах, де можна спостерігати красу природних об'єктів (рослинні композиції, акваріуми тощо), мистецькі твори природничої спрямованості (живопис, фотографія тощо) [1; 2; 4].

Таке спеціально організоване просторове середовище надає можливість маніпулювання психічним станом людини на основі етико-естетичної категорії краси. Представники різних культур вважають, що прекрасне – це, насамперед, природне [1; 2].

Тому в процесі екоосвіти важливу роль відіграють твори майстрів пейзажу, мальовничих краєвидів рідної планети, представників фото- та кіномистецтва. Їх творчість має протистояти «агресії рекламних споживачьких образів».

Саме візуальні мистецтва допомагають скерувати екологічну свідомість молоді (у тому числі майбутніх фахівців) у правильному напрямі, оскільки вони здатні співвідносити наукову, художню, історичну й навіть світоглядну картину реальності. Ми вважаємо, що візуальні мистецтва спроможні активно впливати на розвиток людини, на формування її екологічної свідомості. Саме тому творчий синтез екоосвітніх та мистецьких (особливо візуальних) технологій потребує спільних зусиль фахівців різних галузей освіти. Деякі дослідники вважають, що ефективна екоосвіта неможлива без розвитку в людей із самого раннього віку любові до прекрасного, гармонійного (В. Е. Борейко, О. Г. Листопад, М. А. Рибникова та ін.)

Найбільш важливим, на наш погляд, є те, що мистецтво спроможне схвилювати людські почуття, показати, що потрібно змінювати власні споживачькі потреби щодо природи з метою збереження її краси, різноманіття життя на Землі.

Екологічна освіта зможе вийти на зовсім інший якісний рівень за допомогою візуальних мистецтв, адже вони спроможні показати красу рідної природи, довести актуальність та болючість екологічних проблем, схвилювати в сучасної людини моральні почуття любові до прекрасного, усього живого, краси світу природи та мистецтва, котрі схочеться захищати саме за власним бажанням.

Тому ми пропонуємо, насамперед, такі заходи: підготовка молоді (майбутніх фахівців) до сприйняття екологічної інформації – підвищення візуальної культури образами екологічної культури; екологізація всього освітнього процесу та його психолого-педагогічне забезпечення; підготовка професіоналів у галузі екожурналістики, екологічної фотографії та кіно, екопсихології, екопедагогіки, екологічного дизайну, екологічного права та менеджменту; розробка діагностичних та тренінгових методик розвитку екологічної свідомості.

**Висновки.** Вимога часу – суттєві зміни в існуючій системі екологічної освіти. У статті ми показали, що на сьогодні важливою є екологізація освіти, яка поєднує навчання та виховання, а також вимагає формування

екологічної свідомості. Розкрито принципи й методи формування екологічної свідомості майбутніх фахівців: принцип формування мислеобразу, принцип суб'єктифікації природних об'єктів, принцип екологічної коактивності, а також виокремлено деякі методи формування екологічної свідомості. Обґрунтовано ефективність візуальних мистецтв у формуванні екологічної свідомості.

У перспективі є потреба дослідити систему проєктованих культурних відносин між Людиною та Природою. Щоб створити таку систему, необхідно осмислити велику кількість явищ сучасної екологічної культури в пошуках адекватної форми взаємодії Людини та Природи. І в цьому важливу роль відіграє художнє мислення.

#### **Список використаної літератури**

1. Єдність раціонального та емоційно-почуттєвого в освітньо-виховних системах : зб. наук. пр. / наук. ред. І. А. Зязюн та ін. Харків, 1996. 380 с.
2. Красота и мозг: Биологические аспекты эстетики / под ред. И. Ренглера и др. Москва, 1999. 335 с.
3. Крисаченко В. С. Екологічна культура: теорія і практика. Київ, 1996. 352 с.
4. Левин В. А. Психология отношения к природе. Москва, 2000. 456 с.
5. Мамешина О. С. Психологічні особливості формування екологічної культури учнівської молоді. *Педагогіка і психологія професійної освіти: результати досліджень і перспективи*. Київ, 2003. 680 с.
6. Екологічна освіта для сталого розвитку у запитаннях та відповідях : наук.-метод. посіб. для вчителів / наук. ред. О. І. Бондар. Херсон, 2015. 228 с.

*Стаття надійшла до редакції 04.08.2017.*

---

#### **Александрова В. В. Принципы и методы формирования экологического сознания как важной составляющей профессионализма будущих специалистов**

*В статье рассматриваются такие направления экологического образования, как экологизация образования, профессиональное экологическое образование, экологическое сознание. Показана значимость подготовки будущих специалистов с развитым экологическим мышлением. Определены принципы формирования экологического сознания будущих специалистов и методы, которые помогут формированию такого сознания. Прослежена взаимосвязь жизненной среды и уровня развития экологического сознания. Подчеркнута роль художественного мышления в понимании субъектом современных экологических проблем. Указаны пути создания системы культурных отношений между Человеком и Природой.*

**Ключевые слова:** *экологизация образования, экологическое сознание, экологическое образование, жизненная среда, методы формирования экологического сознания.*

#### **Aleksandrova V. Principles and Methods of Formation of Ecological Consciousness as an Important Component of Professionalism of Future Specialists**

*In article such directions of ecological education as ecologisation of education, professional, ecological consciousness are examined. Ecologisation of the whole educational system is determined as characteristics of tendencies of penetration of ecological ideas, concepts, principals into others disciplines and also as the training of ecologically skilled specialist. The final purpose of such transformation is penetration of ecological ideas and values into all spheres of social life. Ecological education successfully unites the processes of education, personal development, provides the formation of ecological consciousness, without which any specialist cannot be a real skilled professional.*



*It is shown the importance of the training of future specialists with the developed ecological consciousness.*

*Principals and methods of formation of ecological consciousness of the future specialists and methods that help to form such consciousness are determined. Among them we named three principals: the principal of formation of cognitive image which forms the personal attitude to the nature by means of science information, art works, different philosophical theories (we use the method of association, method of art presentation of natural objects); principal of subject attitude to natural things which helps to form subject modality in understanding the nature by means of methods of ecological identification, method of ecological reflection; the principal of ecological coactivity which helps to form subject-ethic attitude to natural objects during personal activity directed on the world of nature (we use the method of creating of ecological traditions in ecological activity, the method of ecological care).*

*The interrelations of visual parameters of the vital environment and a level of development ecological consciousness is considered.*

*There is a feeling of unity with environment in the base of mechanism of person's adaptation to the world. And this feeling is deep in personal psychology. The absence of «my own place» lowers the activity of a person. It is the main nerve of ecological problem, because the love to «my own place», the care about it, different emotional troubles grow with the time into the conscious love and care to the Nature. Ecological conscious is a person ability to feel the Nature, to try on all troubles on yourself, to coordinate your own wants and demands with the environment problems.*

*The role of art thinking in understanding is underlined by the subject of modern environmental problems. As ecological culture is a part of a whole culture we consider that the art works (art photos, pictures etc.), other visual technologies can make the process of ecological education more effective. The process of ecological education must be surrounded by the things of beauty of the nature (plant compositions, art works etc.). Such specially organized surrounding gives opportunity to manipulate psychical state of a person by means of ethic category of beauty. The representatives of different kinds of art consider that beautiful means first of all natural.*

*Visual arts help to direct ecological consciousness of future specialists into the right way, because they are able to unite scientific, historical and philosophical pictures of reality. Visual arts are able to influence on the development of people, on the formation of their ecological consciousness. The creative synthesis of ecological educational technologies and arts (especially visual ones) technologies demand the united efforts of specialists of different branches of education. And what is the most important that art can course positive feelings to save the beauty of the Nature around us.*

**Key words:** *ecologisation of education, ecological consciousness, ecological education, vital environment, methods of formation of ecological consciousness.*

УДК 316.007:304:659

**T. O. OHARENKO, Y. V. ZOSKA, A. A. BESSARAB**

**SOCIOTECHNOLOGICAL ACTIVITY IN THE FORMATION  
OF INFORMATION AND MEDIA CULTURE  
(AT EXAMPLE OF CLASSICAL PRIVATE UNIVERSITY)**

*The article reveals the peculiarities of the application of social and communication technologies in the organization of an advertising campaign and the formation of information and media culture on the example of the Classic Private University, which uses as traditional (advertising in the media, print advertising, outdoor advertising, internal advertising, video and audio advertising, exhibitions and presentations), as well as innovative approaches (guerrilla marketing, cross-promotion, product placement, viral advertising, direct mailing). Employees of all institutes and other structural subdivisions promote the university's daily work. The advertising and professional orientation activity of the Institute of Journalism and Mass Communication is inextricably linked to the formation of information and media culture. For this purpose, competitions are held every year for schoolchildren of the city and region, celebrations of professional holidays, in particular the World Book and Copyright Day.*

**Key words:** *innovative approach, classical private university, media culture, advertising campaign.*

Everyone knows that advertising is the engine of progress. However, for many, the secret is how to ensure its effective functioning. Not every university has a structural subdivision or a specialist specializing in the promotion of educational services. Often this is reduced to individual orders for professional services for advertising agencies, which leads to spending money without an obvious result, because advertising agencies are interested in mass delivery of services without regard to the specifics of institutions. Often, advertising agencies offer ready-made products and rarely modify them in accordance with the specifics of the customer.

The private university, at the initiative of the rector, organized the work of the unit that for 16 years has been engaged in advertising of educational services in a complex way.

Analysis of recent research and publications. Different aspects of the organization of the advertising campaign are highlighted in the writings of both foreign and Ukrainian authors (T. Astakhov [1], S. Black [2], B. Borisov [3], V. Voroshilov [4], E. Garton [5], E. Green [6], D. Doti [7], V. Korolko [8], B. Polly [9], G. Pocheptsov [10], G. Tulchinsky [11], etc.). However, for today, every higher educational institution, operating in conditions of intense competition for an entrant, is forced to apply social and communication technologies and to introduce innovative approaches to the advertising campaign, which determines the relevance of our research.

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the application of social and communication technologies in the organization of an advertising campaign and the formation of information and media culture on the example of the Classic Private University.

Presentation of the main research material. The current situation in the educational services market requires a special approach to the university's advertising campaign, which can increase the effectiveness of student contingent formation. Consider the peculiarities of the application of social and communication technologies in the organization of an advertising campaign and the formation of information and media culture on the example of the Classic Private University

The University employs almost the entire spectrum of traditional communications (ATL segment), complementing non-traditional types of the BTL segment.

The University financially supports innovative forms of advertising:

– more traditional channels of advertising are used (outdoor advertising, video on the LED screen);

– Since November 2013, it has been possible to combine several channels simultaneously with the broadcast of the same message to improve coverage (video ads on the LED screen + outdoor advertising at public transport stops + outdoor advertising on billboards + advertising in newspapers);

– Since March, 2014 the coverage has been expanded by placing advertisements in regional newspapers of the region;

– improved quality of printing products (ads in schools have become large, bright and noticeable);

– printed materials have been enlarged to maximize the coverage of the target audience (for the 2013/14 academic year, 20 titles have been prepared with a total circulation of 34,200 copies).

At the same time, the use of channels is determined taking into account the correlation of efficiency and targeting of their impact on a specific target audience with economic expediency. For example, the location of billboards has been calculated, press and television channels have been selected for their popularity for the target audience. The opportunity to receive benefits and discounts for advertising is used to the maximum.

Along with the implementation of the functions of advertising for informing about the innovations of the university, ensuring the reminder of educational services more attention is paid to the formation of the university's image, the conviction of people as educational services, the creation of incentives to choose a university with:

– the trust of the agents of influence (senior officials of the city, school directors, successful graduates who gave interviews in the Univeriia newspaper № 64 and 65);

– confidence in the university from the side of schoolchildren, their parents and the public of the city as an organization where a galaxy of graduate professionals who participated in the activities of the advertising campaign and are ready for further cooperation were brought up;

– trust in higher educational establishments of the city and oblast structures as an educational institution capable of performing a specific social order;

– trust from potential entrants to the University's advice in the process of choosing an educational institution and training directions that were presented unobtrusively in the «Advisor to the Applicant».

Like any innovation, the innovation of an advertising campaign is from concept development to structured presentation and visualization of advertising.

Based on the concept of advertising campaign 2013/14 of the academic year, «Trust through trust» and «Cozy as at home», information about all directions of the institutes of the university is a single information field.

At the same time submission of information from each direction of training is carried out depending on the needs of applicants (knowledge, skills, positions), and recently transformed into a scheme (profession – direction of training – position – a plan for career development).

Taking into account the specifics of the audience in the «Advisor to the entrant», a game element is used to select the direction of training through the signs of the zodiac.

The graphic design of products is linked to the physiological rearrangement of the organism in connection with the change of seasons (autumn-winter-spring), which improves the assimilation of information.

In the advertising campaign, innovations in the technology of information supply – attraction of attention through the teaser advertisement (intrigue, puzzle):

Stage 1: Learn for free! So.

Stage 2: Learn the sensational news first!

Stage 3: 1 year free!

«Method of cultural provocation», that is, the use of cultural and art-based forms for concealed advertising. Thus, the Regional Prof Party and the cultural and permissive event «Fusion Masnitsa» were initiated, in the course of which the concept of advertising «Confidence through trust» was implemented, where representatives of the Oblast Employment Center, the Department of Education and Science, Youth and Sports of Zaporizhzhya City Council, successful graduates, educators-professionals and active student self-government. In addition, direct student communication and the student self-government asset, their joint participation in «Fusion Masnitsa» entertainment events contributed to the formation of «Trust through trust».

Both events have led to an appropriate reaction of confidence by participants in these events (teachers, schoolchildren, school principals and representa-

tives of the city's education department), which served as information channels. It was also innovative.

In addition, in the course of these measures, along with the traditional approach to the delivery of promotional products, a new way of advertising through badges and certificates of the event was applied.

On the basis of analytical data on the high rating of social networks as information channels, an innovative form of computerized advertising has been introduced. Yes, the website of the university has been substantially updated; created official groups on Facebook and VKontakte, uniting more than 3000 participants; official channel on Youtube, where the company's promotional videos are placed; official pages in the directory 061.ua and on the digital publishing platform <http://issuu.com>.

For the direct mailing of advertising the database was created for 999 users of the social network VKontakte – schoolchildren of grades 9–11.

It is worth noting the new approach to advertising and souvenir products – these are branded sweets, which became an additional channel of advertising and stimulus knowledge of the university, since for the reception of sweets it was necessary to answer a number of questions about the university. The desire to get such branded products was not only for schoolchildren, but also for representatives of other educational institutions that also responded to quiz questions about the university.

New techniques of advertising of the university's features related to comfort, comfort, security, goodwill and hospitality were applied. The demonstration of this is realized through the care of everyone who is interested in the university – organized tea with sweets (gingerbreads, pastries, cookies, pancakes). The concept of advertising «Trust in trust» and «Cozy as at home» was used during the annual exhibition «Fair of Education 2013» and Open Days.

A radically new approach in the presentation of the university at the annual exhibition Fair Education 2013, which became the starting point for a comprehensive advertising «Trust through trust» and «Cozy as at home», sustained in a single style in all attributes.

Measures to improve advertising activities have significant positive results:

- the third part of the city schools changed its attitude from distrust to cooperation with the university, and in Melitopol participants became entrants of the institute;
- the city department of education opened its channel for the centralized informing of schools;
- the regional employment center is ready to provide advertising space in the «Search» free newspaper;
- the site and official groups in social networks (according to the results of the poll during the Open Doors Day) have become popular channels of information;

– there is a two-way link between the university center and the members of the official groups (often questions about the conditions of admission and study at the university are received);

– the number of members of official groups is increasing day by day.

Employees of all institutes and other structural subdivisions promote the university's daily work. Let's dwell separately on the activities of the Institute of Journalism and Mass Communication. His advertising and professional orientation activity is inextricably linked with the formation of information and media culture.

The Institute of Journalism and Mass Communication is interested in attracting talented students to study with a tendency to creative activity in the field of social communications, which currently covers journalism, publishing and editing, advertising and public relations, and so on. For this purpose, they organize and conduct a series of vocational guidance sessions each year.

In April, the whole world celebrates the World Book and Copyright Day. In Catalonia, those who bought a book on April 23 (on St. George's Day) give a rose. A classic private university creates its own traditions. So, since 2012 there is a celebration and solemn awarding of the winners of the competitions «Best Editor», «Book Opening Day», the Competition for the best feedback on the book read, etc., conducting a brain-ring of relevant topics. This event is a summary of the current academic year and encourages the victory in the next.

Each of the competitions is aimed at identifying talents in various fields that are one way or another related to the book.

The contest «Best Editor» aims to identify students of grades 9-11 in schools, colleges, lyceums, gymnasiums of Zaporizhzhia oblast, who are prone to editorial and publishing work. The objectives of the Contest are to identify the best novice editors; revealing a general professional level of beginner editors; outline a range of urgent problems in promoting training at the Institute of Journalism and Mass Communication of the Classic Private University of Specialists for the publishing industry. Evaluation of the work is carried out by a competition commission, which includes teachers of the Department of Publishing, editing and Ukrainian Philology of the CPU. The evaluation criteria are the number of errors found in the text; the number of correctly corrected spelling, punctuation, grammar and other errors; the number of false-diagnosed errors.

The Contest of illustrations «Book Opening Day» aims to identify students of 9-11 grades of general education institutions of the I-III degree who are able to take pictures, draw and become familiar with the works of Ukrainian and foreign writers and poets, feel the talent of translating the printed word in a visual image. To take part in the Competition they take pictures and drawings, which depict plots of works of Ukrainian and foreign literature. In the photographs and drawings the author's vision of the plots of works of Ukrainian and foreign literature in one form or another should be submitted. This condition is

obligatory: it is a modern interpretation of literature. Creative works are rated in two categories: «Best Photographer» and «Best Artist».

The contest of web pages of literary circles is aimed at identifying students 9–11 forms of schools, colleges, lyceums, gymnasiums of Zaporizhzhia region, which have a tendency towards literary, editorial and publishing work. The objective of the Competition is to popularize reading, literary creation and publishing in Ukraine; involvement in literary creation and editing of entrants in order to popularize the Institute of Journalism and Mass Communication of the Classic Private University. Students participating in the literary circles are invited to participate in the Competition. Their web pages should include information about the organizers and members, as well as their works.

The competition for the best feedback on the book is intended to develop the students' linguistic, intellectual and cognitive abilities; raising pupils a respectful attitude to the achievements of world literature. Creative works are rated in the nominations: «Best review on the work of a contemporary Ukrainian author» and «Best review on the work of a contemporary foreign author». The criteria for evaluation are the depth of disclosure of the theme of the work of art; style of presentation.

We will also mark the city event, in which teachers and staff of the Classic Private University, in particular the Institute of Journalism and Mass Communication, actively participated. In the 2014/15 academic year in Zaporizhzhia, a new project was launched – and the city contest of school newspapers and websites «Mediaschool-2015» initiated by the informational and analytical methodological center of the Department of Education and Science, Youth and Sports of the Zaporizhzhia City Council. It is embodied in life with the full support of the Classic Private University (participation of university lecturers in the expert evaluation of competitive works, conducting master classes for the training of schoolchildren in nominees, organizing a solemn ceremony of awarding prizes from organizers and sponsors, including from the Classic Private University) 57 schools of the city came to the final.

The competition took place in several stages: first they chose the best in the districts, and then in the city. In the framework of the preparation for the competition in the 2014/15 academic year, students from only one district took part in master classes from university professors. In the 2015/16 academic year, around 300 students and teachers from all parts of the city attended such master classes. The next competition will sum up in 2017.

In the 2014/15 academic year, the contestants won the title of the best in the following nominations: «Best material on family upbringing», «Best materials on patriotic education», «Best school newspaper», «The best school site / blog / page in social networks», «Best Journalist Material», «Best Newspaper Photographer/Illustrator».

An expert jury, analyzing competitive works, was struck by the creativity of young mediamakers who are able to see a beautiful, ordinary and skillful

word – the main weapon of the journalist, instantly distributing the media product on the pages of social networks and native school websites with the latest technology. Of course, they still need to learn by refining their skills.

This is just the first contest of school newspapers and websites in Zaporizhzhia, but it opens up new opportunities for vocational guidance schools and higher education institutions and their cooperation in shaping the media culture of modern society.

In 2015/16, in the farewell year at the Institute of Journalism and Mass Communication, the Classic Private University began two powerful media education projects:

– «Can! (young journalist)» is an educational and educational project for anyone who wants to attend master classes, trainings, open lectures on media literacy. So, within the limits of this project in cooperation with the All-Ukrainian project «Case. Police» initiated by the Polish Foundation in Zaporizhzhya, conducted a 6-hour interactive media literacy training for students of the KPU College and students of the city's schools;

– MEDIAVYSHKIL is a free, free journalism school that includes a series of trainings: Printed Media, Internet Media, Photo, TV, Radio. The project is designed for students of 9–11 grades of Zaporizhzhia and the region. Trainings are carried out by experienced, competent and competent mediatorians, docents and professors of universities, practitioners of journalists from the Zaporizhzhia and All-Ukrainian mass media. For each training, two mediatorians are involved.

Media-sponsors of the Media Vyshkil project: Oleg Boguslavsky (Director of the Institute of Journalism and Mass Communication of the Classic Private University, founder and ideologue of the Diasporiana project), Maxim Onopriienko (Ukrainian producer of cinema and TV production, director general of the Zaporizhzhia Independent TV and Radio Company «TV5», producer of full-length artistic, documentary films, TV series and reality shows, interactive projects realist on STB, TRK Ukraina, ICTV, Channel 5, author of scientific and cognitive projects: «Serhii Mamaiev (editor-in-chief of the journalistic programs NTN, editor of the program «Windows» on the channel «STB», editor-in-chief of the news «One day» to «K1», «Chronicle», «Mystic Ukraine» for TV channels) the author of the travel show «Proidysvit», the deputy editor-in-chief of the NIS information policy (news production of the Inter group), the editor-in-chief of the business channel «Ukrainian Business Resource» (UBR), the editor-in-chief of the information broadcasting of the channel «VPTV», the editor-in-chief of the information-analytical programs of TV5 channel), Oleksa Kateryna Klochko (photocopier of the online media «Fotofakt» and «Power of the word»), Arthur Gamunok (owner of the «YABLOKi» & «Jobs\_Cafe» network), Anna, Pashnenko (general director of «AX Radio», radio «Zaporizhzhia FM» radio); Aplytsova (correspondent «Z-Cit», journalist of the site «061») and others.

In December 2015, the Department of Journalism and Social Communications of the Institute of Journalism and Mass Communication of the Classical



Private University acted as co-organizer of the New Year's Readings at the Fireplace campaign in the Zaporizhzhia Regional Universal Scientific Library.

The Department of Design of the Institute of Journalism and Mass Communication of the Classical Private University has demonstrated its professional level in the already traditional charity sale «Happy Spring», which presented the creative work of students and teachers of the University.

Such measures are also productive because they are an up-to-date and interesting information resource for local media, due to their positioning of the university in general and the institute in particular, takes place through the mass media (both in the news sector and in individual television programs).

**Conclusions.** The University employs almost the entire spectrum of traditional communications (ATL segment), complementing non-traditional types of the BTL segment. At the same time, he financially supports innovative forms of advertising. The use of channels is determined by taking into account the correlation of effectiveness and the targeting of their impact on a specific target audience with economic expediency.

Along with the implementation of advertising functions for informing about the innovations of the university, ensuring the reminder of educational services, more attention was paid to the formation of the university's image, the conviction of people as educational services, the creation of incentives for choosing HEIs through the trust of high-ranking officials of the city, school directors, successful graduates ; schoolchildren, their parents and the public of the city as an organization where a galaxy of graduate professionals who participated in the campaign and ready for further cooperation was brought up; city and oblast structures; potential entrants.

In the advertising campaign there were innovations in the technology of providing information – attracting attention through teaser advertising (intrigue, mystery), the «method of cultural provocation», that is, the use of cultural and art forms for hidden advertising.

Substantially updated university site; created official groups on Facebook and VKontakte, the official channel on Youtube; official pages in the directory 061.ua and on the digital publishing platform <http://issuu.com>.

A new approach to advertising and souvenir products is used.

Employees of all institutes and other structural subdivisions promote the university's daily work. The advertising and professional orientation activity of the Institute of Journalism and Mass Communication is inextricably linked to the formation of information and media culture. For this purpose, competitions are held annually for schoolchildren of the city and region, mediatrenreny, celebrations of professional holidays, in particular the World Book Day and copyright. Within the article, due to its limited volume, only some of the university's activities are considered, which determines the prospects for further research.

#### References

1. Астахова Т. В. Связи с общественностью для третьего сектора. Москва, 1996. 32 с.

2. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. 318 с.
3. Борисов Б. Л. Технология рекламы и PR. Москва, 2001. 624 с.
4. Ворошилов В. В. Журналистика и рынок. Проблемы маркетинга и менеджмента средств массовой информации. Санкт-Петербург, 1997. 232 с.
5. Гартон Э. Паблисити: жми сюда. Санкт-Петербург, 2003. 267 с.
6. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. Санкт-Петербург, 2003. 224 с.
7. Доти Д. Паблисити и паблик рилейшнз. Москва, 1996. 285 с.
8. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. Москва ; Киев, 2000. 528 с.
9. Полли Берд. Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа. Минск, 1997. 208 с.
10. Тульчинский Г. Л. PR фирмы: технология и эффективность : монография. Санкт-Петербург, 2000. 426 с.

*Стаття надійшла до редакції 12.06.2017.*

**Огаренко Т. О., Зоська Я. В., Бессараб А. О. Соціотехнологічна діяльність у формуванні інформаційної та медіакультури (на прикладі Класичного приватного університету)**

*У статті розкрито особливості застосування соціально-комунікаційних технологій в організації рекламної кампанії й формуванні інформаційної та медіакультури на прикладі Класичного приватного університету, який використовує як традиційні (реклама в ЗМІ, друкована реклама, зовнішня реклама, внутрішня реклама, відеозображення й аудіореклама, виставки та презентації), так і інноваційні підходи (партизанський маркетинг, cross-promotion, продакт-плейсмент, вірусна реклама, пряма поштова розсилка). Співробітники всіх інститутів і інших структурних підрозділів щоденною роботою сприяють рекламі університету. Рекламна та профорієнтаційна діяльність Інституту журналістики і масової комунікації невід’ємно пов’язана з формуванням інформаційної та медіакультури. Для цього щороку відбуваються конкурси для школярів міста й області, святкування професійних свят, зокрема Всесвітнього дня книги і авторського права.*

**Ключові слова:** *інноваційний підхід, Класичний приватний університет, медіакультура, рекламна кампанія.*

**Огаренко Т. А., Зоська Я. В., Бессараб А. А. Социотехнологическая деятельность в формировании информационной и медиакультуры (на примере Классического приватного университета)**

*В статье раскрыты особенности применения социально-коммуникационных технологий в организации рекламной кампании и формировании информационной и медиакультуры на примере Классического приватного университета, который использует как традиционные (реклама в СМИ, печатная реклама, наружная реклама, внутренняя реклама, видеозображения и аудиореклама, выставки и презентации), так и инновационные подходы (партизанский маркетинг, cross-promotion, продакт-плейсмент, вирусная реклама, прямая почтовая рассылка). Сотрудники всех институтов и других структурных подразделений ежедневной работой способствуют рекламе университета. Рекламная и профориентационная деятельность Института журналистики и массовой коммуникации неразрывно связана с формированием информационной и медиакультуры. Для этого ежегодно проходят конкурсы для школьников города и области, празднование профессиональных праздников, в частности Всемирного дня книги и авторского права.*

**Ключевые слова:** *инновационный подход, Классический приватный университет, медиакультура, рекламная кампания.*

УДК 316.346.32-053.9

А. В. КАРКАЧ

## ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ СПОЖИВАННЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО (ЛІТНЬОГО) ВІКУ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

*У статті викладено результати авторського дослідження впливу реклами на соціальні практики споживання людей похилого віку. Проведено аналіз ставлення літніх людей до якісних характеристик сучасної реклами та оцінювання можливостей впливу реклами на формування споживчих переваг людей похилого віку.*

**Ключові слова:** літні люди, реклама, мотиви, соціальна група, життєві стилі, споживання, споживацька поведінка, споживацькі практики, соціальний статус.

З огляду на кардинальні зміни в соціально-економічному житті нашої країни, сучасні тенденції розвитку суспільства [7, с. 57–75], інтерес до споживання як товарів, так і послуг, стрімко зростає. Це зумовлено багатьма факторами, серед яких: зростання потреб людей, упровадження стратегії запланованого застарівання, зростання суспільного виробництва, розширення комунікаційного простору, активізація спілкування між людьми, урбанізація тощо [5, с. 119–156].

В Україні дедалі більше літніх людей, як і інших членів суспільства, для власної ідентифікації в суспільстві використовують демонстрацію своїх можливостей [11, с. 224–230]. У зв'язку із цим особливої актуальності набуває розгляд впливу реклами на літніх людей з позиції соціології споживання, оскільки реклама не лише орієнтує поведінку індивідів, стимулює попит або ідеї, а й водночас відіграє важливу роль у процесах соціокультурної динаміки сучасного суспільства, впливає на процеси соціалізації, ресоціалізації та формування соціальних і споживчих практик.

Реклама як соціальний інститут володіє значними можливостями поширення духовних, естетичних, моральних, соціальних цінностей, що, у свою чергу, сприяє вирішенню соціальних проблем, соціальній підтримці людей похилого віку, підвищує рівень споживчої культури. Вона не лише привертає увагу до проблеми, а й націлює на вирішення проблеми, надає конкретні варіанти вирішення, закликає до їх практичного втілення [1, с. 151–160].

Відсутність соціологічних знань про процес впливу реклами на соціальні практики споживання людей похилого (літнього) віку вимагає теоретичного визначення та емпіричного обґрунтування формування потреб, мотивів, ціннісно-цільових установок, поведінки споживачів літнього віку під впливом реклами. Усе вищевказане визначає наукову, теоретичну та практичну актуальність теми дослідження.

Дослідженню споживання як соціального інституту, соціокультурної детермінації та впливу реклами на соціальні практики споживачів в Україні присвятили свої наукові праці сучасні українські соціологи О. Агарков, Я. Зоська, А. Максименко, М. Мастинець, Н. Лисиця, І. Набруско, Ю. Пачковський, **В. Тарасенко**, Н. Удріс, Л. Хижняк, Ф. Хрустальов та ін.

У сучасних умовах трансформаційного українського суспільства перед представниками старшого покоління постає проблема пристосування й прийняття норм і вимог, що висувуються суспільством і які йдуть урозріз з установками, цінностями та правилами поведінки, виробленими за радянських часів, у ході соціалізації цих людей на попередніх етапах. Важливим завданням державних і недержавних структур, соціальних організацій як основних агентів ресоціалізації стає діагностика, розвиток і вдосконалення здібностей людей літнього віку [3, с. 191–197].

Реклама стає однією з основних сфер суспільного життя й засобом соціалізації та ресоціалізації населення. Саме тому рекламі відведена значна роль у процесі ресоціалізації літніх людей [13, с. 138–142].

На тлі здобутків сучасної соціології споживання за межами уваги вітчизняних науковців залишено соціальну групу літніх людей як споживачів та специфіку впливу реклами на соціальні практики споживання людей похилого (літнього) віку, що значно актуалізує предмет дослідження в цій статті.

**Мета статті** полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні та емпіричному підтвердженні формування поведінки споживачів літнього віку та їх соціальних практик споживання під впливом українського рекламного продукту.

В умовах становлення ринкових відносин в Україні для виробників товарів і послуг однією з найменш досліджених та водночас привабливих є група споживачів похилого віку. Це зумовило розширення виробництва товарів та послуг для цієї категорії й посилення відповідного рекламного впливу. У зв'язку із цим для науковців, що вивчають проблеми формування соціальних практик споживачів, питання про можливості й ступінь впливу реклами на споживачів літнього віку набуває особливої актуальності [23, с. 92–97].

Протягом тривалого періоду формування покоління людей похилого віку проходило під сильним впливом засобів масової комунікації, але й сьогодні нікому не вдається уникнути подібного впливу. Проте, якщо раніше реклама не мала масового характеру, то з початком формування ринкових відносин в Україні реклама стала відносно новим явищем і споживачі похилого (літнього) віку стали майже беззахисні перед її впливом [18, с. 135–154]. Останніми десятиріччями намітилися зміни в сприйнятті рекламної інформації, зокрема, людьми похилого віку [20, с. 67–69]. Споживачі похилого (літнього) віку стали більш досвідченими та грамотними,

тому й рекламу стали сприймати більш критично та раціонально [15, с. 167–172].

Згідно з результатами проведеного автором у лютому – квітні 2017 р. дослідження серед людей похилого віку – клієнтів територіальних центрів соціального обслуговування (надання соціальних послуг) м. Полтави та Полтавського, Зіньківського, Гадяцького, Диканського, Шишацького районів Полтавської області (анкетне опитування за квотною вибіркою,  $N = 650$ ), ставлення літніх людей до реклами є досить суперечливим. З одного боку, вони розцінюють рекламу як закономірне явище ринкового сучасного українського суспільства: переконлива більшість (87%) респондентів назвала рекламу необхідним засобом існування сучасних фірм і компаній. Своє ставлення до реклами в засобах масової інформації назвали байдужим 68% опитаних респондентів і позитивним лише 19%. З іншого боку, майже половина опитаних (49%) вважають її шкідливою для психіки й здоров'я, а 20% оцінили своє ставлення до реклами як негативне.

Незважаючи на те, що за останні кілька років з'явилося ціле покоління кваліфікованих фахівців зі створення реклами, багато аналітиків констатують усе ще низьку якість рекламного матеріалу [22, с. 7–9; 8, с. 72–75]. Люди похилого віку у своїх оцінках солідарні з фахівцями. Більшість опитаних (73%) підтверджує, що трансляція багатьох рекламних роликів викликає негативну реакцію. Переглядаючи телепередачі, близько половини (45%) опитаних респондентів завжди перемикають канал на час реклами, а 72% з них роблять це досить часто. І тільки 2% із зацікавленням дивляться інформацію про пропонувані товари й послуги.

Отже, говорячи про ставлення покоління людей похилого віку до реклами, можна зробити висновок, що літні люди визнають важливість реклами як необхідного атрибуту ринкової економіки, з терпінням ставляться до її наявності в засобах масової комунікації, але при цьому вказують на низьку якість сучасної рекламної продукції.

Споживачі похилого віку частіше за все не визнають, що їхні дії в межах споживчої поведінки – це результат впливу на них реклами [20, с. 107–110]. Їм здається, що потреба в придбанні з'явилася в них раніше, ніж вони побачили рекламу. Оцінюючи можливість її впливу на власний споживчий вибір, більшість опитаних осіб похилого віку (73%) стверджує, що при здійсненні покупок покладається виключно на власну думку, засновану на попередньому життєвому досвіді. Такий значний відсоток може свідчити про високу ступінь недовіри людей похилого віку до реклами [9, с. 40–44; 22, с. 7–9]. Серед чинників, здатних вплинути на соціальні практики споживання, літніми людьми відзначені думки родичів (12%), друзів (6%) та інтуїція (7%). Показово, що тільки 2% респондентів вказали рекламу як можливий фактор впливу при здійсненні покупок. Хоча суто теоретично люди похилого віку не заперечують можливості впливу реклами на споживчий вибір. За результатами проведеного дослідження, більшість

опитаних респондентів (74%) визнає таку можливість, але не вважає рекламу визначальним фактором. Відсоток тих, хто вважає вплив сильним (12%), і тих, хто вважає його незначним (14%), практично однаковий.

Важливою характеристикою якісної та ефективної реклами є її запам'ятовуваність. Щоб оцінити можливість впливу реклами на соціальні практики споживання в літньому віці, необхідно мати у своєму розпорядженні дані про те, чи залишається в пам'яті рекламна інформація.

На запитання: «Чи часто Вам запам'ятовується який-небудь слоган з реклами?» – більшість респондентів (68%) відповіли ствердно. Як така, що «найбільше запам'яталась», відзначена реклама лікарських, гігієнічних засобів та косметичних продуктів (39,7%), різноманітних культурно-мистецьких і просвітницьких заходів (35,7%), оздоровчих та екскурсійних послуг (33%). Найменше запам'яталась реклама різноманітних промислових і продуктових товарів (5%), навчальних закладів (4,3%), преси (4,7%). Безумовно, ступінь впливу рекламної інформації залежить і від медіаносія.

Логічним було проведення аналізу джерел, з яких люди похилого віку отримують необхідну інформацію. Результати проведеного опитування показали, що інформацію 52,7% літніх споживачів отримують з реклами на телебаченні, 12,9% – на радіо, 12,6% – у газетах, 9% – у журналах, 6,8% – в Інтернеті, 6% – на рекламних щитах на вулиці. Аналізуючи представлені результати, можна зробити висновок, що люди похилого віку в основному отримують необхідну рекламну інформацію за допомогою телебачення, радіо та газети посідають відповідно другу й третю рангову позиції. Цікавим є той факт, що майже 6% літніх отримують рекламну інформацію, споживаючи інтернет-ресурс. На основі цієї інформації будуються уявлення людей похилого віку про стандарти сучасного життя, краси, про імідж, формуються відповідні потреби, поведінка споживача, і відбуваються соціальні практики споживання [25].

Літні люди споживають рекламний продукт, де пропагуються сучасні, зовні привабливі, успішні особи, здатні з легкістю вирішити всі проблеми, що виникають. У рекламі присутні й предмети розкоші, дорогий одяг, прикраси тощо. Додаткового психологічного ефекту досягають ще й за допомогою приємної музики, мальовничих пейзажів, обіцянок відпочинку та розваг. Таким чином, формується потреба літньої людини бути причетною до цього соціального середовища, мати подібний стиль життя [17, с. 387–393]. Проте, сучасна реклама виступає в суспільстві своєрідним соціальним конфліктогеном, оскільки рекламований сьогодні стиль життя недоступний більшій частині населення України [19, с. 169–173; 22, с. 7–9; 24, с. 399–403], а в такій соціально-демографічній групі, як літні люди, недоступність сягнула аж 87,6%. Перш за все, у цієї групи споживачів реклама викликає очевидний когнітивний дисонанс, відчуття невідповідності констант свого існування телевізійній картинці, що видається за норму [14, с. 218–222].

Якщо розглядати життєві цінності представників покоління пізньої дорослості, то ситуація виглядає так. Більшість опитаних літніх людей серед цілей, яких би вони хотіли досягти на цьому життєвому відрізку, виділили гідне пенсійне забезпечення (95,8%) і життя у своє задоволення (87,2%). Високий відсоток голосів також отримали такі цілі, як набуття стабільності в житті (37,4%), бажання самовдосконалюватися (31,3%), реалізувати потенціал і бути корисними суспільству (25,6%), займатися фізкультурно-оздоровчими практиками (21,7%). Рідше літні люди говорили про бажання налагодження стосунків з дітьми, рідними (12,8%) та уникнення самотності (7,3%).

Отже, серед потреб людей похилого віку, сформованих під впливом реклами, можна виділити потребу мати високий дохід, отримуючи гідне пенсійне забезпечення, що, у свою чергу, дасть змогу жити у своє задоволення. Серед нереалізованих потреб також опинилися бажання самовдосконалюватися, реалізувати потенціал і бути корисними суспільству, займатися фізкультурно-оздоровчими практиками, туризмом (подорожуючи) і в усьому відповідати вимогам суспільного запиту [16, с. 115–119]. Завдання реклами полягає у формуванні стійкої мотиваційної установки відповідати заданому стилю життя [2, с. 11–15].

У ході аналізу даних дослідження з'ясувалася специфічна характеристика соціальних практик споживання літніх людей. Споживчий намір, що сформувався, має високу стійкість. Більшість споживачів похилого віку (82,3%) залишаються вірними своєму вибору навіть у разі відсутності необхідного товару в магазині. Вони вважають за краще купити те, що запланували, в іншому магазині, ніж вибрати іншу доступну за ціною товару рідч відомої марки. Вибрати товар іншої відомої марки вважали за краще лише 17,7%. Це теж важлива група, адже, не виявивши необхідного товару й не маючи мотивації достатньої сили, щоб вирушати на пошуки необхідного, вони вдаються до вторинного зовнішнього пошуку, а саме до рекламної інформації. У такому разі реклама не спонукає піти в магазин, а впливає на вибір на місці.

Таким чином, споживчі практики відображають не стільки важливі риси, якості споживача похилого віку, скільки спрямованість його життєдіяльності та рушійні мотиви, внутрішню логіку його споживчої поведінки [6, с. 126–133].

На нашу думку, завдання формування мотиваційних установок, по суті, не таке й складне. Насправді споживачі похилого віку самі шукають необхідну їм інформацію. Справою реклами залишається залучення уваги й забезпечення належного сприйняття через виготовлення рекламної продукції належної якості. В умовах такого величезного вибору товарів і послуг існує об'єктивна потреба в рекламі різноманітних товарів та послуг.

Так чи інакше кожен з нас хоч раз, але піддавався на пропаганду реклами. Результати опитування показують, що реклама все ж спонукає лю-

дей похилого віку придбати певні групи товарів. Як найбільш популярну групу товарів та послуг, представників з якої захотілося придбати після споживання реклами, респонденти відзначили культурно-мистецькі та просвітницькі заходи (21,1%), ліки (14,4%), оздоровчі й екскурсійні послуги (14,3%), продукти харчування (11,3%), послуги мобільного зв'язку (12,4%), побутову техніку (9,4%). Найменший показник у одягу, взуття (7,2%) і споживчих кредитів (3%).

Доречно навести дані, що відображають споживчий досвід людей похилого віку після здійснення покупок під впливом реклами, і проаналізувати, наскільки задоволені були літні люди своїм вибором. Проаналізувавши відповіді респондентів про наслідки придбання товарів та послуг під впливом реклами, ми дійшли висновку, що в сумі на 9% більше відповідей з негативним забарвленням (рідко – 46%, практично ніколи – 5,6%, ніколи – 2,9%), ніж відповідей з позитивною оцінкою (завжди – 3,2%, досить часто – 42,3%). Однак робити передчасний висновок, що, піддавшись умовлянням реклами, літні споживачі завжди отримували неякісні товари або послуги й відчували розчарування, не можна. Проте існує достатня кількість випадків, коли придбання не відповідало очікуванням і принесло розчарування. Тому реклама, розрахована на аудиторію людей похилого віку, повинна бути максимально чесною.

**Висновки.** За результатами аналізу даних, отриманих у ході дослідження, можна зробити такі висновки. Споживачі похилого (літнього) віку ставляться лояльно до наявності реклами в сучасних засобах масової комунікації. Сприймаючи щодня нескінченні потоки реклами, мало хто з них замислюється, що перебуває під постійним впливом. І хоча теоретичну можливість впливу реклами на людей представники покоління зрілої дорослості визнають, вони все ж заперечують можливість її впливу на їх власні споживчі рішення. Проте, переглядаючи телепрограми, слухаючи радіо, читаючи газети, споживачі поважного віку щодня отримують велику дозу інформації, що впливає на формування їх власних потреб [12, с. 146–149].

Визнаючи за рекламою можливість впливу на формування потреб, не варто применшувати її ролі у формуванні соціальних практик споживання (наміри придбати конкретний продукт чи послугу) [10, с. 140–145]. Реклама дійсно спонукає людей похилого віку купувати товари, проте тут її вплив жорстко обмежений, по-перше, кількістю наявних фінансових ресурсів, що є у вільному володінні літніх людей; по-друге, потребами цієї соціально-демографічної групи.

Споживчі практики відображають діяльність, інтереси й думки людей похилого віку. Вони є функцією властивих індивідууму характеристик, сформованих у процесі його соціальних взаємодій у міру руху через етапи свого життєвого циклу. Соціальні практики споживача перебувають під впливом як зовнішніх соціальних факторів, так і індивідуальних характеристик – мотивів, емоцій, особистості [4, с. 63–71].



Рекламний продукт впливає на потреби, відносини споживачів і, відповідно, на поведінку при купівлі та використанні. Споживчі рішення підтримуються або змінюються під впливом реклами, тому остання має вплив на соціальні практики споживання в літньому віці й посідає не останнє місце у формуванні споживчої поведінки літнього споживача.

#### Список використаної літератури

1. Агарков О. А. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект. *Український соціум*. 2013. № 4. С. 151–160.
2. Бевзенко Л. *Стили жизни переходного общества*. Киев, 2008. 144 с.
3. Бодриар Ж. *Общество потребления*. Москва, 2006. 269 с.
4. Зоська Я.В. Взаємозв'язки інформаційної культури та соціальних практик споживання (за результатами емпіричного дослідження). *Соціологічні дослідження*. Луганськ, 2011. Вип. 11. С. 63–71.
5. Зоська Я. В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні : монографія. Запоріжжя, 2011. 350 с.
6. Зоська Я. В. Теоретико-концептуальні підходи аналізу соціальних практик споживачів: соціологічна рефлексія. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. / редкол.: О. Л. Скідін (голов. ред.) та ін. Запоріжжя, 2010. Вип. 48. С. 126–133.
7. Катаєв С. Л. *Сучасне українське суспільство* : навч. посіб. Київ, 2006. 200 с.
8. Лисиця Н. М. Соціальна реклама: напрямки покращення якості. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія: *Соціологія*. 2014. Т. 244. Вип. 232. С. 72–75.
9. Лисиця Н. М. Сучасна реклама: проблема довіри. *Вісник Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Соціол. дослідж. сучас. сусп-ва: методологія, теорія, методи*. 2000. № 462. С. 40–44.
10. Максименко А. О. Споживча поведінка: концептуалізація поняття та чинники, що її детермінують. *Соціальні технології*. 2010. № 44. С. 140–145.
11. Механізми формування поведінки споживачів послуг у системі вищої освіти. *Мультиверсум. Філософський альманах* : зб. наук. пр. Київ, 2008. Вип. 75. С. 224–230.
12. Набруско І. Ю. Вплив реклами на образ споживання : українські реалії. *Демократичний розвиток України* : матеріали наук.-практ. конф. Київ, 2006. С. 146–149.
13. Набруско І. Ю. Реклама як фактор соціалізації в сучасному українському суспільстві. *Україна в системі духовних, економічних та політичних координат глобалізованого світу*. Київ, 2006. С. 138–142.
14. Набруско І. Ю. Феномен реклами і проблема формування світоглядних цінностей у соціокультурному просторі України. *Духовні засади розвитку людства в епоху глобалізації та українська перспектива* : матеріали наук.-практ. конф. Київ, 2005. С. 218–222.
15. Пачковський Ю. Ф. Споживач у постмодерному суспільстві: соціологічний погляд як вступ до проблеми. *Наукові студії Львівського соціологічного форуму «Традиції та інновації в соціології»* : зб. наук. пр. Дрогобич, 2009. С. 167–172.
16. Сопко Р. І. Потреби людей похилого віку: теоретико-методологічні підходи до дослідження і проблеми реалізації. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»*. Серія : *Соціологія*. 2014. Т. 244. Вип. 232. С. 115–119.
17. *Стили життя: панорама змін* / за ред. М. О. Шульги. Київ, 2008. 416 с.

18. Суименко Е. И. Реклама: экономические функции и психологический терор. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2004. № 1. С. 135–154.
19. Удріс Н. Особливості сприйняття статичної реклами представниками різних сфер зайнятості. *Грані*. 2001. № 5–6 (19–20). С. 169–173.
20. Удріс Н. Соціологічний аспект взаємовпливу статичної реклами та побутової культури середнього споживача. *Образотворче мистецтво та дизайн в інформаційному просторі сучасного суспільства* : зб. тез Всеукр. наук.-метод. конф. 2001. С. 107–110.
21. Удріс Н. Соціологічні аспекти становлення реклами в сучасному українському суспільстві. *Грані*. 2000. № 1 (9). С. 67–69.
22. Хижняк Л. М. Проблемні зони реклами в оцінках жителів українського мегаполісу. *Соціальна реклама в сучасному суспільстві* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 2 грудня 2011 р. Харків, 2011. С. 7–9.
23. Щерба О. І. Вплив реклами на товарний вибір споживача. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2001. № 511. Вип. 12. С. 92–97.
24. Щерба О.І. Суб'єкти споживання в соціологічному вимірі. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2003. С. 399–403.
25. Endgel J. F., Blackwell R. D., Miniard P. W *Consumer Behavior*. 8-th ed. 1995. 951 p.

*Стаття надійшла до редакції 14.07.2017.*

---

**Каркач А. В. Влияние рекламы на социальные практики потребления людей пожилого возраста (на основе результатов эмпирического исследования)**

*В статье представлены результаты авторского исследования влияния рекламы на социальные практики потребления пожилых людей. Проведен анализ отношения пожилых людей к качественным характеристикам современной рекламы и дана оценка возможностей влияния рекламы на формирование потребительских предпочтений пожилых людей.*

**Ключевые слова:** *пожилые люди, реклама, мотивы, социальная группа, жизненные стили, потребление, потребительское поведение, потребительские практики, социальный статус.*

**Karkach A. The Influence of Advertising on Social Practices of Consumption of Elderly People (Based on the Results of Empirical Research)**

*The article presents the results of author's research on the influence of advertising on social practices of the consumption of the elderly. The analysis of the attitude of the elderly to the qualitative characteristics of modern advertising and the assessment of the impact of advertising on the formation of consumer preferences of the elderly.*

*In modern Ukraine, the number of determinants has increased significantly, which affects the formation of value orientations of the elderly.*

*In Ukraine, more and more older people, as well as other members of society, use their ability to demonstrate their opportunities for self-identification, to present their lifestyles through the consumption of advertising services, the status of which is considered as a certain social position in society.*

*In this regard, it is important to take into account the importance of considering the impact of advertising on the elderly in terms of sociology of consumption in determining the social practices of the consumption of the elderly.*

*Previously, advertising was not quite massive, but with the onset of market relations in Ukraine, advertising was a relatively new phenomenon, and older consumers were vulnerable to its influence. In recent decades there have been changes in the perception of advertising*

information, in particular, the elderly. Older consumers became more experienced and competent, therefore advertising was perceived more critically and rationally.

Older people recognize the importance of advertising as a necessary attribute of a market economy, patiently treating it in the media, but at the same time point to the low quality of modern advertising products.

Older people, as a rule, receive the necessary advertising information through television, radio and newspapers, respectively, occupy the second and third place. Interesting is the fact that almost 6% of the elderly receive advertising information when consuming an online resource.

Among the needs of the elderly, formed by the influence of advertising consumption, one can highlight the need for high income, obtaining a decent pension, which, in turn, will allow them to live with pleasure. Among the unfulfilled needs, there is also a desire to improve oneself, realize its potential and be useful to society, to engage in physical education and health practices, tourism (travel), and in general meet the requirements of a public inquiry.

The formation of social practices of consumption in the elderly is also influenced by advertising. The purpose of advertising is to create a stable motivational system to meet the needs of the elderly through the practice of consumption.

**Key words:** Elderly people, advertising, motives, social group, life styles, consumption, consumer behavior, consumer practices, social status.

## ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ГАЛУЗІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ (НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ МІСТА СЛУПСЬК, ПОЛЬЩА)

*У статті проаналізовано взаємозв'язок між соціальною політикою та соціологією. Зазначено, що в Україні спостерігається зародження нової галузевої теорії – соціології соціальної політики. Найчастіше, однак, інституціоналізація соціальної політики як наукової дисципліни відбувається в межах економічної теорії, політології або правознавства. Проаналізований у статті приклад ілюструє відмінності в соціотехнічній практиці в Україні та Польщі. В Україні програми подолання алкоголізму та його наслідків обертаються навколо приватної ініціативи громадян; офіційна статистика по окремих регіонах поза загальним доступом; основна робота з подолання наслідків алкоголізму ведеться силами позаурядових організацій. У Польщі в подібних програмах наявні основні принципи соціотехніки в розумінні А. Подгурецького.*

**Ключові слова:** соціальна політика, соціологія соціальної політики, соціотехніки, соціальна політика в Україні, соціальна політика в Польщі, алкоголізм.

«Соціальна політика» як наукова дисципліна та практична діяльність упевнено увійшла до постсоціалістичних суспільств на початку 1990-х рр. Вираз «соціальна політика» складається з двох понять – «політика» та «соціальний». Іншими словами, ідеться про різновид політики, що можна відрізнити від інших її видів, наприклад, «соціальну» від «несоціальної» політики. На думку Р. Шарфенберга, у дидактичних цілях поняття політики можна спростити до популярної формули «політика – це боротьба за владу в державі, її утримання та збільшення» [12, с. 21]. Між тим, зазначений підхід не дає нам можливості трактувати політику суто інструментально, як можливість та спосіб управління й досягнення інших цілей, ніж просто боротьба за владу. В англійській літературі цей поділ можна знайти у виразах *politics* та *polisy*. При цьому перший вираз трактує владу як мету, другий – як механізм управління, у тому числі у сфері соціальних процесів. Відтак, термін «соціальна політика» вкладається в межі соціології політики, теорії другого рівня.

Певні спроби вписати «соціальну політику» в категоріальний апарат соціології з погляду боротьби за владу в державі здійснили американські вчені у 1986 р. [11]. В українській соціології можна навести праці Е. А. Гансової [1, с. 149] та О. С. Павлеги [3, с. 86]. Як підкреслює О. Павлега, існує необхідність «...розроблення соціології соціальної політики як галузі соціологічної науки. Основними аргументами на користь наукової та практичної значущості появи ще однієї галузі соціологічного знання є: актуалізація на пряму держави, що іменується “соціальна політика”; зростаюча пріоритетність соціальної сфери в ХХІ ст.; відсутність у вітчизняній науці адекватної теорії, аналогічної тим, які забезпечують економічну або загальнодер-

жавну політику. Для побудови теорії соціальної політики пропонується використовувати категорії соціології – «соціальні відносини» та «соціальна структура» [3, с. 86]. Р. Шарфенберг, натомість, ставить слушне питання, якою мірою соціологів цікавлять пошуки «найбільш влучних» способів зміни соціальної структури? Однозначно, це приваблює перш за все соціальних інженерів або тих, хто цікавиться соціотехнологіями.

Беручи до уваги вищенаведене, доцільно поставити запитання: яке місце «соціальної політики» в категоріальному апараті гуманітарних наук? Чи виступає вона самостійною дисципліною, чи її варто розуміти як галузь соціологічного знання, при цьому звужуючи «соціальну політику» до суто практичної діяльності?

*Метою статті* є з'ясування особливостей трактування «соціальної політики» як наукової дисципліни в Польщі; уточнення соціальної політики як соціотехніки на прикладі окремої соціальної проблеми, а саме в питанні запобігання зловживанню алкоголем у Польщі та в Україні. Порівняння з Польщею не випадкове: в обох державах вибір моделі соціальної політики та шляхи її реалізації почався одразу на початку 1990-х рр. Однак кінцевий результат станом на сьогодні відрізняється, в окремих сферах досить суттєво. Як приклад практичних дій у сфері соціальної політики в статті наведено політику протидії алкогольній залежності в м. Слупськ.

Повертаючись до питання, сформульованого на початку статті, можна впевнено стверджувати, що соціальна політика та її інструменти – у першу чергу практична галузь. Порівнюючи кількість і зміст реальних програм боротьби із соціальними проблемами, неозброєним оком видно, що Україна значно програє на тлі країн Євросоюзу. Тим не менше, у польському науковому дискурсі час від часу актуалізуються дискусії щодо сучасних соціологічних парадигм аналізу соціальної політики. Традиційно розподіл між розумінням того, чим є «соціальна політика», виглядає так: 1) соціальна політика – частина соціології як науки; 2) соціальна політика – самостійна наукова дисципліна; 3) соціальну політику варто віднести до економічних наук. Наприкінці 1920-х рр. польський дослідник К. Кшечковські підкреслював, що «соціальна політика досліджує зміни, що відбуваються в соціальній структурі під впливом цілеспрямованої діяльності соціальних груп та публічних тіл, і шукає способи якомога влучніше провести ці зміни» [цит. за: 13]. Однак соціальні зміни – процес неоднозначний. Адже важливо розрізняти, як стверджує Р. Шарфенберг, 1) які саме цілі та результати змін; 2) їх цілеспрямованість та раціональність (чи є сенс досягати поставлених цілей і втілювати зміни) [13, с. 2]. Відомий польський соціолог А. Подгурецький у 1966 р. писав про соціальну політику як науку суто практичну [10]. Однак, незважаючи на популярність в академічному та публічному дискурсах понять «соціотехніка» та «соціальна інже-

нерія», ця проблематика – одна з найбільш занедбаних галузей соціологічного знання [5, с. 40]<sup>1</sup>.

Основні засади соціотехніки в розумінні А. Подгурецького реконструює А. Койдер: 1) соціотехніка – практична наука; 2) соціотехніка займається раціональними змінами соціальної реальності; 3) предметом соціотехнічної рефлексії є, насамперед, система виховання, техніки масового впливу, права система способи використання влади; 4) джерелом соціотехнічного знання є соціологічні напрацювання, засади, які опрацьовані в ході соціальних практик та рефлексій конкретних науковців; 5) в основі соціотехнічних дій лежать утилітарні оцінки; 6) оцінка цілей дій не є метою соціотехніки; 7) одним з перших авторів соціотехніки є Н. Макіавелі, її розвиток складається з трьох етапів: народження ідеї – концепція права Л. Петражицького, період правового становлення – пропозиції Р. Паунда, період соціологічного дозрівання соціотехніки – праці Г. Мюрдаля та К. Поппера [8, с. 25].

Одним з основних способів втілення соціальної політики є соціальна допомога. Як підкреслюють З. Грабусинська та Є. Герлацкі, у сучасному світі спостерігаються дві тенденції. З одного боку, інститути, що покликані задовольняти соціальні потреби, не справляються із завданнями. З іншого, швидко зростає рівень споживацтва й зменшуються можливості для його задоволення. У цих умовах зростає значення соціальної політики, а особливо соціальної допомоги. Остання, таким чином, перетворюється на ключовий інститут соціальної політики держави, а її метою стає підтримка індивідів, які опинилися в складній життєвій ситуації й не мають можливості брати активну участь у житті спільноти [7, с. 5].

Порівнюючи дві практики соціальної допомоги, відзначимо, що в українському законодавстві відсутнє її визначення. У Законі Польщі про соціальну допомогу від 2004 р. зазначено: «Соціальна допомога – це складова частина інституту соціальної політики держави; її мета – дати можливість особам та сім'ям подолати складні життєві ситуації, які вони не можуть подолати самотійно, використовуючи власні повноваження, ресурси та можливості. Організаторами соціальної допомоги виступають органи державного управління та місцевого самоврядування, що співпрацюють на партнерських засадах з громадськими та позаурядовими організаціями, католицькою церквою, іншими церквами, релігійними організаціями, а також з фізичними та юридичними особами. Соціальна допомога підтримує осіб та родини в їх спробах задовольнити необхідні потреби та надати їм можливість жити в умовах, що відповідають людській гідності» [14]. Складні життєві ситуації можна інтерпретувати як ситуації сирітства, бездомності, безробіття, інвалідності (обмежених можливостей), материнства, стихійного лиха тощо. У Законі про соціальну допомогу також визначено межі со-

<sup>1</sup> Як підкреслюють польські дослідники, окремим питанням є академічна рефлексія над соціальною інженерією власне в категоріях владних технологій чи політичних експериментів, між іншим у працях К. Поппера та З. Баумана.

ціальної роботи, яка трактується як діяльність з метою покращення функціонування осіб та родин у їх соціальному середовищі. У ст. 45 зазначено, що суб'єктами соціальної роботи виступають, по-перше, особи та сім'ї, що потребують розвитку або зміцнення їх активності й життєвої самостійності; по-друге, локальні спільноти, яким необхідно допомогти скоординувати співпрацю різноманітних інституцій та установ (які б могли заспокоїти потреби членів спільноти) [14].

Боротьба з алкоголізмом – профілактика та подолання наслідків споживання – прекрасний приклад соціальної політики як соціотехнології, де політика соціального партнерства розкривається повною мірою. Відмінності між Україною та Польщею можна проілюструвати на прикладі двох міст. З українського боку – Чернівці, обласний центр<sup>1</sup>. З польського – районний центр, місто Слупськ<sup>2</sup>. Основні розбіжності групуються навколо таких аспектів. По-перше, існує відмінність на рівні державної політики в питанні запобігання патологіям, пов'язаним із вживанням алкоголю. По-друге, відмінності виявляються в політиці соціального партнерства на локальному рівні.

Основний масив матеріалів, присвячених проблемі алкоголізації населення України, має медичний характер. І хоча загальновизнаним є факт, що алкоголізм – також соціальна проблема, в українській практиці соціальної допомоги практично відсутні стратегії профілактики та боротьби з алкоголізмом на рівні первинної ланки соціальної допомоги. В українському суспільстві популярний стереотип, що особи з алкогольною залежністю самі винні у своїй проблемі. Отже, соціальної допомоги в такому випадку вони не заслуговують.

1. Чернівецький міський центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді не має власної інтернет-сторінки. Фактично програми подолання алкоголізму та його наслідків обертаються навколо приватної ініціативи громадян, що вкладається в логіку ліберальної моделі соціальної політики, яка передбачає мінімальну відповідальність органів державної влади в соціальній підтримці громадян [2, с. 225].

2. Google-запити щодо алкоголізму в Чернівцях навіть не пропонують офіційної статистики по місту. У відкритому доступі лише загальна інформація про медичні аспекти вживання алкоголю та здоров'я нації (наприклад, доповіді про стан здоров'я населення України, розміщені на сайті Українського інституту стратегічних досліджень МОЗ України [4]).

3. Існування великої кількості недержавних реабілітаційних центрів, подекуди релігійного спрямування. Якщо в країнах ЄС існують відповідні бази даних, в Україні лише у 2015 р. почали формувати банк даних стосовно суб'єктів господарювання всіх форм власності, що надають медико-соціальну допомогу особам з психічними та поведінковими розладами

<sup>1</sup> Станом на 2017 р. населення міста становило 266 тисяч осіб: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Чернівці>.

<sup>2</sup> Станом на 2016 р. населення Слупська становило 92 170 тисяч осіб: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Słupsk>.

внаслідок вживання психоактивних речовин. Цю діяльність здійснює державна установа «Український моніторинговий та медичний центр з наркотиків та алкоголю МОЗ України».<sup>1</sup>

Згідно з даними досліджень, проведених польською Державною комісією для вирішення проблем, пов'язаних із вживанням алкоголю (PARPA)<sup>2</sup>, основною причиною інвалідизації та смертей серед осіб у віці 16–21 року є алкоголь. У середньому 60% осіб, які затримані в Слупську через агресивну поведінку, перебувають у стані алкогольного сп'яніння [6, с. 20]. До прикладу, у Слупський центр вирішення проблем, пов'язаних із вживанням алкоголю, протягом 2015 р. потрапили 4439 осіб, з них лише 45 особам відмовили в допомозі з медичних та інших причин<sup>3</sup>. Визначити фактичну кількість осіб, які страждають на алкогольну залежність, доволі складно, плюс необхідно врахувати захист персональних даних у медичних установах та внутрішню міграцію населення Польщі. Однак у польській системі соціальної допомоги проблема алкоголізму вирішується за умови взаємодії кількох установ різного типу. У м. Слупськ, наприклад, це Центр психічного здоров'я<sup>4</sup>, у межах якого діють Цілодобове відділення терапії алкогольної та інших залежностей, а також Денний стаціонар № 2 терапії алкогольної залежності. У місті діє також Амбулаторія психічного здоров'я та лікування залежностей при Непублічному спеціалізованому закладі охорони здоров'я «SON»<sup>5</sup>. Працівники Центру соціальної допомоги мають право направити будь-якого клієнта, що має проблеми з алкоголем, до одного із зазначених закладів, а також зв'язатися з Комісією з профілактики та розв'язання проблем, пов'язаних із вживанням алкоголю.

У Слупську прийнято Міську програму профілактики та вирішення проблем узалежнення на 2015 р. [9]. У межах Програми передбачено, що боротьба з алкогольною залежністю в районі Слупська можлива винятково за умови злагодженої співпраці державних та позаурядових структур у сфері охорони здоров'я, соціальної політики, освіти та виховання, культури і спорту, розвитку активності та громадського самоврядування й публічної безпеки.

Факт наявності подібної Програми, не привносить нічого нового у сферу української соціальної політики та соціальної допомоги. Однак її зміст, концепція та евалюація можуть стати прикладом співпраці уряду та місцевого самоврядування. Основні завдання Програми сформульовані таким чином: 1) реалізація профілактичних програм; 2) створення системи допомоги алкозалежним та особам з групи ризику; 3) створення системи протидії домашньому насильству [9, с. 2]. При цьому реалізація завдань можлива виключно за рахунок системності та координації двох рівнів (інституцій-

<sup>1</sup> <http://www.ummcda.org.ua/index.php/novini>.

<sup>2</sup> Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, <http://www.parpa.pl>.

<sup>3</sup> [http://izbawyrzezwen.slupsk.pl/pliki/SORPA\\_2016\\_dzialalnosc.pdf](http://izbawyrzezwen.slupsk.pl/pliki/SORPA_2016_dzialalnosc.pdf).

<sup>4</sup> <http://psychiatria-slupsk.pl>.

<sup>5</sup> <http://son.net.pl>.



ний рівень – органи самоуправління, поліція, судові органи, позаурядові організації; рівень середовища – мікрорайон, вулиця, двір, школа). Обов'язковою умовою реалізації завдань є освітні програми для суспільства та пошук спеціалістів, у тому числі із залученням ЗМІ, а також різноманітні профілактичні та цільові програми допомоги (спортивні, педагогічні та виховні заходи, спеціалістична медична, психологічна допомога) [9, с. 2–3].

Серед локальних інститутів та організацій, які беруть участь у Програмі, наявні: Комісія у справах профілактики вживання алкоголю та вирішення проблем, пов'язаних із його вживанням, освітні установи, Міській центр допомоги родині, Слупський центр вирішення проблем, пов'язаних із вживанням алкоголю, Міське управління поліції, Муніципальна поліція, Районний суд (III відділ у справах сім'ї та неповнолітніх), Громадські організації та міські товариства [9, с. 7–9].

Особливої уваги заслуговують форми контролю за виконанням Програми та її фінансування. У кошторисі Програми профілактики передбачено, що 74,4% фінансових засобів – це прибутки від дозволів на продаж алкоголю (державний та місцевий бюджети), 25,6% – інші кошти з міського бюджету [9, с. 15]. При цьому контроль над видатками здійснюється в межах евалюаційних проектів, як це прийнято на Заході, й інтерпретується у твердих та м'яких результатах. Наприклад, результати співпраці зі структурними підрозділами МОЗ у Слупську визначаються кількістю психотерапевтичних програм; кількістю спеціалістів, які проводять заняття, кількістю учасників занять; кількістю тих, хто прийшов на реабілітаційні програми вперше та повторно; тривалість очікування у черзі в групу тощо. Існують результати роботи з родинами, в яких є особи, що страждають на алкоголізм. Зокрема, це кількість установ, що реалізують відповідні завдання; кількість програм, учасників, а також звернень для участі в стаціонарному лікуванні тощо [9, с. 10–12].

**Висновки.** Підсумовуючи, можна зазначити, що соціологічна наука має свій, цілком очевидний інтерес до осмислення соціальної політики в межах соціологічної теорії. Якщо в польській соціологічній традиції (і загалом зарубіжній) необхідність цього пошуку давно визначена, стверджена, в українській традиції спостерігаємо перші етапи зародження нової галузевої теорії – соціології соціальної політики. Однак найчастіше інституціоналізація соціальної політики як наукової дисципліни в Україні відбувається, перш за все, у межах економічної теорії, політології або право знавства. Відтак основна дидактична література з предмета «соціальна політика» орієнтована на вивчення соціальної політики як функції державного управління та вирішення найбільш актуальних проблем у глобальному вимірі – соціальний захист інвалідів, захист економічно активного населення, проблеми пенсійного забезпечення. Тобто такі важливі питання, як цінності та засади, стилі та інструменти соціальної політики, соціальна діагностика, евалюація та аналіз якості соціальної політики, сімейна політика, со-

ціальні проблеми у сфері праці та охорони здоров'я, бідність, соціальна допомога, локальна соціальна політика та способи активізації локальних спільнот часто відходять на другий план.

Парадоксально, однак навіть коли теоретико-методологічний апарат соціальної політики вимагає подальшого опрацювання, у Польщі втілення механізмів та способів соціотехнічного впливу на соціальну реальність відбувається вкрай активно. Проаналізований у статті приклад – боротьба з наслідками вживання алкоголю в польському невеличкому м. Слупськ – гарна ілюстрація відмінностей у соціотехнічній практиці в Україні та Польщі. В Україні програми подолання алкоголізму і його наслідків обертаються навколо приватної ініціативи громадян; офіційна статистика по окремих регіонах поза загальним доступом; основна робота з подолання наслідків алкоголізму ведеться силами позаурядових організацій. Аналіз Програми боротьби з наслідками вживання алкоголю у Слупську, натомість, унаочнює основні принципи соціотехніки в розумінні А. Подгурецького. У першу чергу, можна прослідкувати, як відбуваються раціональні зміни соціальної реальності. По-друге, ми бачимо, що джерелом соціотехнічного знання є соціологічні напрацювання в ході соціальних практик та рефлексій конкретних науковців. По-третє, в основі соціотехнічних дій наведеної Програми лежить суто утилітарний підхід.

#### Список використаної літератури

1. Гансова Е. А. Соціологія соціальної політики як галузь соціологічної науки. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки*. 2013. Т. 18. Вип. 2 (18). Ч. 1. С. 149–153.
2. Михненко А., Щур Н. Світові моделі соціальної політики: уроки для України. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2011. Вип. 2. С. 219–227. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu\\_2011\\_2\\_31/](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2011_2_31/)
3. Павлега О. С. Предмет та об'єкт соціології соціальної політики. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2015. Вип. 9. С. 86–93.
4. Щорічна доповідь про стан здоров'я населення, санітарно-епідемічну ситуацію та результати діяльності. Київ, 2016. URL: <http://www.uiph.kiev.ua/download/Vidavnictvo/Shchorichna%20dopovid/Щорічна%20доповідь.2016.pdf>.
5. Afeltowicz Ł., Pietrowicz K. Socjotechnika Adama Podgóreckiego w perspektywie porównawczej. *Roczniki historii socjologii*. 2012. Vol. II. S. 39–71.
6. Działalność Słupskiego Ośrodka Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w ujęciu statystycznym w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 roku, Słupsk, 2016. URL: [http://izbawytrzezvien.slupsk.pl/pliki/SORPA\\_2016\\_dzialalnosc.pdf](http://izbawytrzezvien.slupsk.pl/pliki/SORPA_2016_dzialalnosc.pdf).
7. Grabusińska Z., Gierlacki J. Polityka społeczna a pomoc społeczna: cechy wspólne i różnice – doświadczenia z praktyki. Warszawa, 2014. 96 s.
8. Kojder A. Droga Adama Podgóreckiego do socjotechniki. *Socjotechnika. Kontrowersje, rozwój, perspektywy* / pod red. Kubin J., Kwaśniewski J. Warszawa, 2000. S. 19–28.
9. Miejski program profilaktyki i rozwiązywania problemów uzależnień na 2015 rok. Słupsk, 2015. 16 s. URL: <https://mamprawowiedziec.pl/file/6278>
10. Socjotechnika. Praktyczne zastosowania socjologii / pod red. Podgórecki A. Warszawa, 1968. 333 s.
11. Skocpol T., Amenta E. States And Social Policies. *Annual Review of Sociology*. 1986. T. 12. P. 131–157.

12. Szarfenberg R. Definicje, zakres i konteksty polityki społecznej. *Polityka społeczna. Podręcznik akademicki* / pod red. Grazyny Firlit-Fesnak, Małgożaty Szalko-Skoczny. Warszawa, 2008, S. 21–36.

13. Szarfenberg R. Wykład 26. Badania polityki społecznej. W: *Polityka Społeczna i Kwestie Społeczne 2006/2007*. URL: <http://rszarf.ips.uw.edu.pl/orientacje/badaniaPS.pdf>.

14. Ustawa z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej. URL: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20040640593>.

*Стаття надійшла до редакції 21.06.2017.*

---

**Шестакова Е. Ю. Институционализация социальной политики как отрасли социологии (на примере социальной программы города Слупск, Польша)**

*В Украине происходит процесс становления социологической парадигмы социальной политики. Чаще всего институционализация социальной политики как научной дисциплины в Украине происходит в рамках экономической теории или политологии. На примере борьбы с последствиями употребления алкоголя в Польше показаны различия в социотехнических практиках в Украине и Польше. В Украине программы преодоления алкоголизма и его последствий вращаются вокруг частной инициативы граждан; основная работа по преодолению последствий алкоголизма ведется силами неправительственных организаций. В Польше, напротив, в подобных программах прослеживаются основные принципы социотехники (в интерпретации А. Подгурецкого), таким образом, социологическая парадигма социальной политики может быть расширена до социотехники или социальной инженерии.*

**Ключевые слова:** *социальная политика, социология социальной политики, социотехники, социальная политика в Украине, социальная политика в Польше, алкоголизм.*

**Shestakova K. Institutionalization of Social Policy as a Branch of Sociology (on Example of the Social Program in Slupsk, Poland)**

*The article deals with the relationship between social policy and sociology. Generally, there is no doubt in Polish sociological tradition. But possibly we will be witnessing the formation of new branch of sociological theory in Ukraine. In the same time the institutionalization of social policy in Ukraine occurs primarily within the framework of economic theory, political science, theory of law. Consequently, the main Ukrainian didactic social policy literature focuses on the study of social policy as a function of public administration, and it is addressed to the most pressing problems at the global level – social protection, protection of economically active population, pension problems. However, such important issues as values and principles, styles and tools of social policy, social diagnosis, analysis of social policy, family policy, labor and health social problems, social assistance, local social policy and local communities activation methods often go into the background.*

*The example of document analyzed in this article – «Municipal program to prevent and address addiction problems in Slupsk» (Poland) – is a good illustration of excellent sociotechnical practices in Ukraine and Poland. In Ukraine, programs to overcome alcoholism are introduced mainly as a private initiative of citizens; official statistics for many local regions are limited or absent in the public domain in general; the great work of fighting alcoholism is carried out by non-governmental organizations, but not the government officials. The implementation of mechanisms and methods of sociotechnical influence to social reality is very active in Poland. In the «Municipal program...» we can found Adam Podgórecki's interpretation of a sociotechnological basic principle. At first, changes of social reality process can be traced. Secondly, we see that sociological work and social practices and reflections are the sources of sociotechnical knowledge. And finally, utilitarian approach lies on the basis of sociotechnical actions in the «Municipal program».*

**Key words:** *social policy, sociology and social policy, social engineering, social policy in Ukraine, social policy in Poland, alcoholism.*

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Александрова Віра Василівна** – спеціаліст вищої категорії, викладач-методист Криворізького коледжу економіки та управління ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана», м. Кривий Ріг, Україна.

**Амірова Раїса Іскандерівна** – кандидат філософських наук, доцент, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Криворізького факультету Дніпропетровського університету внутрішніх справ, м. Кривий Ріг, Україна.

**Барматова Світлана Петрівна** – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології та суспільних наук Академії праці, соціальних відносин та туризму, м. Київ, Україна.

**Бессараб Анастасія Олександрівна** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри видавничої справи, редагування та української філології Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Братченко Людмила Євгеніївна** – старший викладач кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Бутковська Наталія Юріївна** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри філософії Житомирського державного університету імені Івана Франка, м. Житомир, Україна.

**Візниця Юрій Васильович** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Криворізького факультету Дніпропетровського університету внутрішніх справ, м. Кривий Ріг, Україна.

**Власова Наталія Федорівна** – аспірантка Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Гордієнко Наталія Миколаївна** – кандидат соціологічних наук, доцент, проректор з наукової роботи Комунального вищого навчального закладу «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, м. Запоріжжя, Україна.

**Грабовець Ірина Володимирівна** – кандидат соціологічних наук, доцент, завідувач кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Жердецька Анастасія Георгіївна** – аспірантка Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, м. Харків, Україна.

**Зоська Яна Володимирівна** – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології і соціальної роботи Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Іванова Ірина Федорівна** – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціології Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна.

**Калашнікова Людмила Володимирівна** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна.

**Каркач Андрій Володимирович** – старший викладач кафедри соціальної роботи Полтавського інституту економіки і права, м. Полтава, Україна.

**Комарова Олена Олексіївна** – кандидат соціологічних наук, старший викладач кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Кохманська Анна** – доктор філософії, ад'юнкт кафедри прикладних суспільних наук факультету організацій і управління Сілезької Політехніки, м. Забже, Польща.

**Кузєр Олександра** – доктор хабілітований, професор, завідувач кафедри прикладних суспільних наук, заступник декану факультету організацій і управління Сілезької Політехніки, м. Забже, Польща.

**Лісєнко Олена Василівна** – доктор соціологічних наук, професор кафедри філософії, соціології і менеджменту соціокультурної діяльності Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна.

**Лобанова Алла Степанівна** – доктор соціологічних, професор, професор кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Матюхін Дмитро Анатолійович** – аспірант Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Огаренко Таїсія Олександрівна** – доктор соціологічних наук, професор, перший проректор Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Северинюк Валентин Матвійович** – доктор політичних наук, професор, професор кафедри гуманітарних наук Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Славіна Олена Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Соберай Івона** – доктор філософії, заступник директора Інституту соціології Опольського університету, м. Ополье, Польща.

**Согорін Андрій Анатолійович** – кандидат соціологічних наук, докторант Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

**Руг Ян** – професор, доктор філософських наук, професор Інституту соціології Жешувського Університету, м. Жешув, Польща.

**Черноус Людмила Сергіївна** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та економіки Криворізького державного педагогічного університету, м. Кривий Ріг, Україна.

**Чорна Вікторія Олександрівна** – кандидат соціологічних наук, старший викладач кафедри соціології Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна.

**Шестакова Катерина Юріївна** – кандидат соціологічних наук, асистент кафедри соціології та місцевого самоврядування Чернівецького національного університету, м. Чернівці, Україна.



Наукове видання

**СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:  
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

*Збірник наукових праць*

**ВИПУСК 75**

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 15340-3912Р від 22 червня 2009 р.*

Редактор: А. О. Бессараб  
Технічний редактор: Н. А. Ананьїна  
Дизайнер обкладинки Я. В. Зоська

Підписано до друку 06.09.2017 р.  
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк ризограф. Гарнітура Times.  
Умовн.-друк. 14,08. Обл.-вид. арк. 14,08. Тираж 300 прим. Зам № 27-17Ж.

---

Видавець та виготовлювач  
Класичний приватний університет  
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б  
тел. (0612) 220-58-42, 63-99-73; zoskayana@gmail.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
серія ДК, № 3321 від 25.11.2008 р.