

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 81

Запоріжжя
Класичний приватний університет
2019

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); **Полторак В. А.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Романенко Ю. В.**, д. соц. н., проф. (Київ); **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., **Стадник А. Г.**, к. соц. н.

Ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
протокол № 6 від 27 лютого 2019 р.

© Класичний приватний університет, 2019
© Колектив авторів, 2019

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.

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

<i>В. С. Корнілов, В. Л. Ніколаєнко</i> ДИСЦИПЛІНА НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ: ПРОБЛЕМИ КАТЕГОРІАЛЬНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІТИЧНОЇ ОПЕРАЦІОНАЛІЗАЦІЇ.....	6
<i>Л. А. Ляпіна</i> ТОЛЕРАНТНІСТЬ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ ВЗАЄМОДІЇ: СОЦІОЛОГІЧНА КОНЦЕПЦІЯ М. УОЦЕРА	19
<i>О. О. Суська</i> МЕТОДОЛОГІЧНА АНТИНОМІЯ УНІВЕРСАЛІЗАЦІЇ ТА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ У ВИВЧЕННІ ДИСКУРСУ МАС-МЕДІА.....	27
<i>В. М. Щербина, В. Л. Щербина</i> КОНЦЕПТИ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМУ ТА БАГАТОУКЛАДНОСТІ В ПРОЦЕСАХ ТЕОРЕТИЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ ТРАНСФОРМАЦІЙ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА	34

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

<i>Т. М. Байдак, В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко</i> СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ ПРИХИЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ДО МОДИ	52
<i>Н. Ф. Власова</i> СИСТЕМНО-ДІЯЛЬНІСНА МОДЕЛЬ ПАРТИСІПАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТА СПОРТОМ У РЕГІОНАЛЬНОМУ СОЦІУМІ	61
<i>Д. А. Матюхін</i> ФАКТОРИ ТА ІНСТИТУТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	71
<i>А. Г. Стадник</i> ВИКОРИСТАННЯ PR ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОЦЕСІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН	80
<i>М. А. Яценко</i> ОСВІТА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	90

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

<i>А. А. Гоць</i> ПРОБЛЕМНІ ПОЛЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТА ВНУТРІШНЬОЇ МІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ З ОКУПОВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ (ЗГІДНО З РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ).....	99
<i>Р. О. Савчинський, О. Б. Демків</i> ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЦІННІСНИХ КАТЕГОРІЙ УЧИТЕЛЯМИ ШКІЛ: СОЦІОЛОГІЧНА РОЗВІДКА В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ	109
<i>А. М. Фесенко, В. О. Чорна, Б. Б. Бондарець</i> ЕКОНОМІЧНЕ НЕБЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА ЕМІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ МЕШКАНЦІВ ОБЛАСНИХ ЦЕНТРІВ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	127
<i>Ф. С. Хрустальов, А. Ашурбеков</i> СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	141
<i>І. А. Чудовська</i> СЕЛФІ: САМОРЕКЛАМА ЧИ ЩОСЬ БІЛЬШЕ?.....	150
<i>Н. Ю. Кравченко</i> ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В КОМЕРЦІЙНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНСЬКОГО ТРАНЗИТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА: СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ.....	159
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	171

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 316.62: 378.15(045)

В. С. КОРНІЛОВ, В. Л. НІКОЛАЄНКО

ДИСЦИПЛІНА НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ: ПРОБЛЕМИ КАТЕГОРІАЛЬНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІТИЧНОЇ ОПЕРАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянуто основні проблеми категоріального визначення дисципліни навчально-виховного процесу (далі – ДНВП) суб'єктів системи освіти, можливі напрями їх теоретичного вирішення та основні аспекти її аналітичної операціоналізації. Суть ДНВП як складного соціокультурного явища розглянуто в єдності різноманітних та суперечливих форм існування, тобто внаслідок подання її як специфічного виду суспільних відносин, елементів їх системи, а також як сукупності залежностей і зв'язків, що виникають у суб'єктів системи освіти (далі – ССО) у процесі навчально-виховної діяльності. Вирішення окресленої проблеми надасть змогу виявити найбільш суттєві характеристики ДНВП, здійснити її аналітичну та факторну операціоналізацію то-що. А вони, у свою чергу, можуть стати елементами робочих моделей, необхідних для складання програм, інструментарію соціологічних досліджень та відповідних проектів соціологічного забезпечення ДНВП у навчальних закладах, у сфері освіти суспільства загалом.

Ключові слова: дисципліна навчально-виховного процесу, суб'єкти системи освіти, суспільні відносини, дисциплінарна свідомість, дисциплінарна діяльність.

Дисципліна навчально-виховного процесу (далі – ДНВП) – явище історичне й водночас специфічне. Без неї неможливі функціонування й розвиток будь-якої системи освіти, бо вона є однією з її морально-психологічних складових, одним з головних компонентів і факторів її ефективності. Роль ДНВП суб'єктів системи освіти (далі – ССО) у сучасних умовах постійно зростає.

На результати більшості як теоретико-методологічних, так і прикладних досліджень проблем ДНВП як соціального явища значною мірою вплинули існуючі в недалекому минулому тенденції однобічного підходу в суспільних науках до оцінювання більшості соціальних процесів. Але сьогодні стало зрозуміло, що вони виявилися багато в чому вульгарними й ідеалізованими. Істотної переоцінки зазнало багато характеристик ДНВП, часто надуманими, не підкріпленими науковою теорією виявилися уявлення про тенденції, закономірності й механізми її функціонування та розвитку.

Цінність практичних рекомендацій з оптимізації ДНВП на основі вищезазначених поглядів невелика й суперечлива. Майже всі вони зво-

дяться до виховання свідомості, переконаності, активізації виховної роботи, застосування різноманітних «універсальних» приписів на кшталт «підвищити», «посилити», «зміцнити». Унаслідок зазначеного численні заходи щодо підвищення дисциплінованості ССО зазвичай були неефективними. Тому сьогодні потрібен перегляд уявлень про функціонування й розвиток дисциплінарних явищ.

Спрощені підходи до забезпечення ДНВП завдяки переважно безпосередньому впливу на ССО, що склалися, апробовані та поширені в практиці органів виховної роботи, продовжують використовувати. Це призводить до застосування ненаукових, застарілих методів і прийомів формування мотивів, настанов, ціннісних орієнтацій та інших елементів суб'єктивної сторони ССО. Таким чином, досить актуальним є виявлення саме сукупності факторів, механізмів, форм, методів функціонування й розвитку ДНВП. Однією з причин ситуації, що склалася, є невиправдане уповільнення останніми роками розробки дійсно наукових аспектів концепції ДНВП і, як наслідок, неспроможність соціологічної науки запропонувати науково обґрунтовані, адекватні сучасності рекомендації щодо управління процесами її оптимізації.

Соціологічне пізнання феномену ДНВП вимагає визначення сукупності її елементів, а також феноменів, що детермінують або якоюсь мірою «беруть участь» у функціонуванні й розвитку всієї дисциплінарної галузі ССО. Тож у наш час украй потрібен перегляд існуючих уявлень про соціальні механізми функціонування й розвитку дисциплінарних явищ. Одним з основних завдань, від реалізації якого буде залежити вирішення окреслених проблем, є здійснення аналітичної операціоналізації ДНВП.

Аналіз літературних джерел і практичного стану справ свідчить [1; 2; 4; 5; 6; 8; 9; 10; 11; 12; 15; 17], що реалізація основних напрямів соціологічного дослідження та забезпечення ДНВП не набула ґрунтовної наукової розробки ні на теоретичному, ні на прикладному рівнях. Багато в чому це пояснюється невирішеністю теоретичних і емпіричних проблем: до теперішнього часу невивченим є характер зв'язку ДНВП із соціальними й духовними відносинами українського суспільства; досить поверхово досліджено вплив умов, змісту та характеру діяльності, моральних, психологічних, функціонально-рольових і інших характеристик ССО на процеси їх дисциплінарної соціалізації; аналіз впливу морально-психологічної атмосфери, моральних відносин тощо, усієї сукупності соціально-психологічних характеристик і явищ на процеси дисциплінарного розвитку особи ССО в більшості випадків, як правило, призводить лише до очевидних, поверхневих висновків; потребують поглиблення та уточнення розуміння основних типів дисциплінарної соціалізації ССО, уявлення про їх зміст і структуру тощо.

До теперішнього часу практично відсутня науково обґрунтована система критеріїв оцінювання ДНВП, не розроблено відповідних методик її діагностики та прогнозу, не визначено адекватних моделей, форм, засобів, методів її соціологічного вивчення, забезпечення, оптимізації й управління тощо.

Метою статті є визначення загальних проблем категоріального визначення ДНВП, здійснення її первинної аналітичної операціоналізації як передумови подальшого вирішення загальних проблем моделювання, проектування змісту, організації, форм, методів її соціологічного забезпечення.

Наукове поняття «ДНВП» ще не з'ясоване на достатньому рівні. Так, вона може бути визначена як одна з ланок (специфічних елементів, форм, аспектів, сторін) суспільних відносин, що включає в себе і діяльність, і свідомість. В основу цього підходу може бути покладено уявлення, згідно з яким суспільні відносини існують в об'єктивній формі матеріально-практичної діяльності й відповідній їй суб'єктивній формі (свідомості).

Інший варіант розуміння ДНВП також може виходити з уявлення про співвідношення категорій «суспільні відносини» та «суспільна діяльність». За такого підходу вона складатиметься з реальних матеріальних дій і буде ніби своєрідним видом практики. Однак, з ототожнення відносин і діяльності буде впливати: якщо суспільне буття визначати як матеріальну суспільну діяльність, а відносини дисципліни мають ознаку матеріальності, тобто існують у певному сенсі незалежно від свідомості, то ДНВП як єдине членується на «дисциплінарну» свідомість і «дисциплінарні» відносини. У цьому випадку «дисциплінарна» свідомість буде елементом суспільної свідомості, а «дисциплінарна» практика (відносини) – елементом суспільного буття. Отже, потрібне беззастережне визнання пріоритету практики, об'єктивно-реальних вчинків і відносин над індивідуальною й суспільною свідомістю. А це буде викривляти розуміння суті ДНВП, бо жоден її елемент не може існувати без свідомості.

В основу ще одного підходу до розуміння ДНВП може бути покладена інтерпретація природи суспільних відносин на підставі думки про те, що вони проходять через свідомість і волю ССО, отже, можуть усвідомлюватися й творитися свідомо. Хоча при цьому зрозуміло, що можливість побудови ДНВП за будь-яким планом видається достатньо проблематичною, а її відображення в свідомості ССО не завжди істинно й адекватно, бо поза категоріями свідомості визначити специфіку дисципліни досить складно. Вона є безпосереднім регулятором дисциплінарних відносин, вносить у них суб'єктивний момент. Хоча ДНВП і не зводиться тільки до свідомості, вона безпосередньо визначається змістом та рівнем спрямування суб'єктивних відносин [4; 5; 7; 11; 13; 14]. Послідовне ж проведення цієї посилки призведе до того, що виявиться, неначе ДНВП міститься в самій свідомості

і лише через свідомість себе виявляє, що вона існує тільки як свідомість. Тобто ДНВП з реальних відносин ССО перетворюється, по суті, на відносини «дисциплінарної» свідомості до явищ освітянської практики. Звідки ж будуть виникати в свідомості ССО його «дисциплінарні» компоненти, яке їх джерело – у межах такого підходу не зрозуміло.

Зведення ДНВП до «дисциплінарної» свідомості неминуче призведе до ототожнення дисциплінарного й соціально-позитивного, а положення її норм, таким чином, перетворяться на суть навчальної дисциплінарної системи, що буде антиісторичною та призведе в практиці виховної роботи до малоефективних спроб переробити свідомість ССО, нав'язати ті або інші цінності. Таким чином, очевидно, що й цей підхід не зможе цілком забезпечити визначення категоріальної специфіки ДНВП.

Результати проведеного аналізу свідчать, що за будь-якого з названих підходів не видається можливим виділити поняття «ДНВП». Основною теоретичною передумовою й орієнтиром вирішення проблеми її визначення повинно стати подолання погляду на неї як на феномен, що належить лише до сфери свідомості. По-перше, сьогодні стала очевидною недостатність визначення дисциплінарних явищ через зміст свідомості; по-друге, стає все більш зрозумілим, що залежність реальної поведінки ССО від проголошених норм і цінностей має більш складний характер [4; 5; 13; 14].

Це зумовлює необхідність дослідження реальної, а не тієї, що ідеалізувалася, надуманої моралі, відрізнити схвалені суспільством норми поведінки й практичні відносини, що є мірою втілення елементів свідомості в поведінці ССО, самою ДНВП в її дійсному функціонуванні. Будучи, насамперед, формою моральної й правової свідомості, вони являють собою самосвідомість ССО, існують у соціальному просторі, являють собою ті об'єктивні форми, що народжуються в процесі функціонування суспільних відносин як атрибут соціальних систем діяльності.

Відповідно до цього, ДНВП потрібно досліджувати як соціальний феномен, через аналіз системи діяльності, що її породила. Її розгляду повинен передувати аналіз соціальних структур, в яких вона функціонує, а з'ясування специфіки навчальної дисципліни повинно відбуватися в «соціальному просторі», через визначення її ролі в регулюванні діяльності ССО. Здійснюючи вчинки, вони «створюють» «дисциплінарні» відносини. Освітянська практика в цьому випадку «виробляє» зв'язки, що можуть бути висловлені у формі того чи іншого ставлення [7; 13; 14].

Навчально-виховна діяльність – це сукупність вчинків, що являють собою єдність елементів свідомості її суб'єктів і їх дій. Оскільки вчинок є дією, яка має «дисциплінарний» зміст і значення, одиницею системи ДНВП як явища, то очевидно що в їхній сукупності її елементи об'єд-

нуються в деяку цілісність. Це свідчить про необхідність цілісного розгляду будь-якого «дисциплінарного» явища.

Характер «дисциплінарних» відносин зафіксований в об'єктивних формах «дисциплінарної» свідомості: соціально-психологічні й моральні форми віддзеркалюють у своїй структурі механізми (відносини) «дисциплінарного» регулювання, характерні для неї засоби детермінації та мотивації навчальної діяльності. «Дисциплінарні» відносини при цьому не є пасивним елементом, бо він не може існувати поза участю в ньому індивідуальної свідомості суб'єкта навчальної діяльності, що формує своє «дисциплінарне» спрямування не ізольовано, а в процесі специфічних відносин з іншими суб'єктами. У ході цього процесу відбувається трансформація загальних форм «дисциплінарних» відносин в індивідуальні. Таким чином, в особистісному плані явища ДНВП також доцільно розглядати як систему відносин, бо, будучи, з одного боку, детермінантою нормативної поведінки, а з іншого – визначаючи смислове значення нормативно-ціннісних форм свідомості, вони ніби об'єднують ці структурні елементи в одне ціле, поза межами якого ані «дисциплінарна» поведінка, ані «дисциплінарна» свідомість не існують. Використання категорії «дисциплінарні» відносини надає змогу розглядати феномени ДНВП крізь призму соціальних, моральних і соціально-психологічних відносин та механізмів, які, у свою чергу, породжують «дисциплінарну» свідомість [5; 6; 13; 14].

Аналітична операціоналізація феномену ДНВП у загальному вигляді включає її здійснення у структурному та факторному аспектах. Перша частина названої процедури являє собою загальне теоретичне визначення понять, формування первинних уявлень про систему і структуру ДНВП, виділення найбільш істотних характеристик, які описували б цей феномен.

Аналіз ДНВП необхідно починати з визначення її суті, змісту, що виявляється в єдності різноманітних та суперечливих форм існування, тобто подання її як специфічного виду суспільних відносин, елемента їх системи, а також як сукупності залежностей і зв'язків, що виникають під час діяльності ССО. Як вид, форма, елемент суспільних відносин вона являє собою відображення крізь призму суспільної свідомості їх конкретно-історичного типу, спосіб об'єктивного становища ССО, їх способу життя, соціальних інтересів, типу їх регуляції, а також специфічний вид, особливу сторону, форму прояву моральних і правових відносин, спрямованих на регуляцію та реалізацію дисциплінарних норм [7; 11].

ДНВП як сукупність залежностей і зв'язків, що виникають у процесі навчальної діяльності, потрібно розглядати як систему об'єктивних соціальних зв'язків, специфічних форм, регулятивних моментів, відносин, у які вступають ССО в процесі виконання своїх функціональних обов'язків, специфічних видів відносин та форм взаємодії. Її потрібно аналізувати: по-перше, як систему практичних, суб'єктивно мотивованих залежностей, які

реалізуються в навчальній діяльності, набувають дисциплінарного значення завдяки впливу певних систем свідомості; по-друге, як комплекс відносин, зв'язків, взаємодій, які мають поставлену в імперативній формі нормативну основу, що регламентує обов'язки ССО, їх відносини.

Розгляд ДНВП з позиції визначення її внутрішнього змісту передбачає необхідність простежити її знаходження чи прояв у сукупності всіх різноманітних та суперечливих форм існування. У цьому плані вона являє собою те чи інше дотримання ССО порядку й правил, саму мораль, її форми, сукупність реально існуючої морально-правової практики, яка закріплює стійкі взірці поведінки ССО, їх спосіб життя, морально-правову сторону цілісної системи суспільних зв'язків, а також безпосереднє спілкування, зв'язки, вчинки, оцінки, що викликають реакцію в інших. Зовнішня форма ДНВП включає, крім того, специфічну субстанціональну сферу існування та індивідуального змісту кожного окремого ССО, канали спілкування, шляхи й характер передачі інформації, досвіду та регуляції поведінки, нарешті, взаємну психологічну реакцію, яка коригується суспільною думкою, оцінки та практичні акції, що виявляються в своєрідній морально-психологічній атмосфері [3; 15; 17].

ДНВП, перш за все, є регулятором відносин між ССО, структурами її організації. Вона виявляється як момент соціального контролю над дотриманням моральних норм, обов'язків, принципів, виражається в здатності підпорядковувати дії та вчинки певним вимогам, а також у нормах, правилах поведінки, зафіксованих і закріплених законами та статутами закладів освіти.

Зовнішні прояви властивостей і особливостей ДНВП можуть бути зведені до сукупності її функцій. Це, насамперед, виховна, тобто функція розвитку в ССО певних елементів свідомості, знань, якостей, рис характеру й інших факторів, передумов і складових їх дисциплінарної поведінки. Це – функція дисциплінарної соціалізації ССО, розвитку їх духовного світу й закріплення норм моральності, що виявляється, зокрема, у тому, що послідовне виконання норм ДНВП не лише визначає поведінку, а й активно впливає на свідомість, формування поглядів, вчинків, дій і відносин. Це – функція регулювання поведінки ССО, їх відносин і взаємовідносин, зумовлення міри відповідності їх поведінки системі моральних і правових норм та забезпечення необхідного спрямування діяльності, регламентації соціально значущої й схваленої поведінки. І, нарешті, важливою функцією ДНВП є організація, узгодження, координація дій ССО за часом, завданнями та іншими параметрами, забезпечення єдності й успішності освітньої діяльності.[1; 2; 3; 5; 6].

Система ДНВП у загальному вигляді включає в себе групи елементів та підсистем. До них належить сукупність вимог, тобто найпростіших елементів відносин, у яких перебувають між собою ССО. Це – моральні, пра-

вові, організаційні та технологічні вимоги, коли вони виступають як обов'язок, завдання, зміст приписуваних вчинків, сукупність правил виконання певних дій. Водночас це – вихідна моральна, психологічна позиція, яку займають ССО в моральному виборі, поведінці, відносинах з іншими; стійка сукупність існуючих звичаїв, ціннісних значень, які перебувають у певній відповідності й взаємодії; організація моральних цінностей, послідовність та ієрархія проголошених вимог, своєрідний моральний і психологічний «код», який впливає не лише на функціонування суспільної думки та розвиток панівного світосприйняття, а й на формування уявлень про діяльність.

Крім того, це – сукупність практичних суб'єктивно-мотивованих залежностей, взаємодій між суб'єктами та об'єктами навчальної діяльності; типові ситуації їх вибору й колізії, сплав досвіду, в якому в абстрагованій формі відображені властивості, що детермінують свідомість ССО; еталони, стереотипи поведінки, стилі життя, які виражають ціннісний зміст відносин у їх спілкуванні; закріплені на практиці стійкі взірці мотивованих дій, реальної поведінки. Нарешті, це – способи охорони системи регуляції поведінки, що склалася: здійснювані санкції, акції, оцінки [7; 14].

Залежно від характеру ССО, ступеня інтенсивності його спілкування, рівня свідомості доцільно виділяти ДНВП опосередкованих і безпосередніх відносин. Дисципліна опосередкованих відносин у цьому випадку буде включати в себе регламентацію відносин, які функціонують у межах складного об'єднання: суспільство – система освіти – навчальні заклади освіти. Це буде дисципліна відносин, які знаходять прояв у практиці вказаних суб'єктів, що підлягають оцінюванню відповідно до чинних критеріїв, соціальних, моральних та правових норм.

Під ДНВП безпосередніх відносин можна, у свою чергу, розуміти дисципліну відносин, які функціонують у межах: первинні елементи навчальних закладів – формальні та неформальні групи – окремі ССО, що являють собою безпосередню конкретну форму взаємодії, відносин вказаних суб'єктів, відображають потреби узгодження їх діяльності та спілкування.

Правомірним є також виділення способів існування й вираження ДНВП залежно від того, яким чином перед ССО виступають її вимоги, наскільки узагальнений або конкретизований характер вони мають. Це можуть бути й окремі вимоги здійснення зазначених дій у типових ситуаціях, і норми, що вимагають здійснювати певні дії в схожих ситуаціях, і вимоги, що вказують, як будувати спосіб життя та вибирати лінію поведінки, а також вимоги, що приписують підпорядковувати свою діяльність досягненню певної кінцевої, вищої мети, ідеалу [6; 7; 13].

Залежно від того, як вимоги ДНВП заломлюються в особистісних формах моральних та правових відносин, у кожній з яких виявляються

ступінь і спосіб особистісного самоконтролю, можливе виділення таких форм її існування та прояву, як: обов'язок; відповідальність; гідність; честь; совість тощо. А залежно від зв'язків, у які вступають ССО в процесі спільної діяльності, ДНВП може також існувати у вигляді звичаїв, традицій, моралі, звичок, прикладів, авторитетів, масових рухів, кодексів, принципів виховання, цінностей, санкцій, акцій, оцінок, суджень у вигляді схвалення, осуду поведінки, позитивної, нейтральної чи негативної позиції (й установки) щодо тієї чи іншої норми, правила та взаємної морально-психологічної реакції [7; 11; 13].

Досить складним є питання щодо структури ДНВП. До її найважливіших компонентів належать суб'єкт, об'єкт, суб'єктивна та об'єктивна сторони. Суб'єкт ДНВП може бути представлений уже зазначеними суб'єктами опосередкованих і безпосередніх відносин.

Під її суб'єктивною стороною потрібно розуміти властиві ССО соціальні, соціально-демографічні, соціально-психологічні, психологічні, моральні та інші риси, особливості, характеристики, що є відображенням ступеня включеності в систему суспільних відносин, характеру дій, ставлення до норм і цінностей та одночасно передумовами дисциплінарної поведінки.

Основними складовими суб'єктивної сторони ДНВП варто вважати психологічні, соціально-психологічні, моральні риси й особливості, якості та характеристики її суб'єктів; когнитивну основу дисциплінарної поведінки (знання норм законодавства, порядку, правил, норм взаємовідносин, суті та вимог ДНВП); навички, звички дисциплінарної поведінки, уміння виконувати свої обов'язки, керувати своєю поведінкою; спрямованість у сфері моральних і правових відносин, потреби, інтереси, цілі, мотиви, установки, ціннісні орієнтації, переконання; рівень розвитку здібностей, характеру [5; 6; 7].

Таким чином, ми бачимо, що в суб'єктивній стороні ДНВП ніби сконцентровані всі основні духовні, соціально-психологічні та інші якості, властивості, риси ССО. Ступінь їх розвитку може бути різним. Вищі рівні зазначених компонентів представлені як складові специфічної підсистеми, якою вважають самодисципліну, до основних елементів якої належать характеристики, особливості самоусвідомлення діяльності ССО. Це – такий ступінь свідомості, коли обов'язок виконують за внутрішнім переконанням. Самодисципліна – це совість у дії, ступінь збігу зовнішніх вимог із внутрішніми моральними спонуканнями. Її основними формами, способами прояву є моральна самооцінка, самоконтроль, тобто здатність контролювати свої дії й вчинки, ставити вимоги до себе та усувати свої помилки й недоліки [6].

Об'єкт ДНВП може бути представлений безпосередніми та опосередкованими формами регуляції. Безпосередній об'єкт – це ССО, їх відно-

відносини, діяльність (уся сукупність предметів і явищ, які включені у сферу їх потреб), а також усе те, з приводу чого можуть виникати проблемні ситуації.

Під опосередкованим об'єктом ДНВП потрібно розуміти сукупність відносин системи освіти загалом, її інститутів, структур, тобто все те, що потребує дисциплінарного регулювання і являє собою більш широкий, загальний аспект взаємодії. Такий розподіл об'єктів ДНВП багато в чому є умовним, а їх єдність виражає факт загального взаємозв'язку процесів соціальної, моральної та психологічної регуляції поведінки ССО.

Під об'єктивною стороною структури ДНВП можна розуміти сукупність реальних дій ССО, структурно-функціональні зв'язки між ними й предметом діяльності. З нею тісно пов'язане поняття дисциплінарного факту або волевиявлення суб'єктів дисциплінарних відносин. До елементів, що становлять цей бік дисциплінарних феноменів, варто зарахувати ступінь включеності в діяльність, її результативність, якість виконання нормативних вимог тощо, рівень професійної кваліфікації ССО.

У структурі ДНВП необхідно виділяти також горизонтальний і вертикальний зрізи. Її горизонтальний аспект повинен бути визначений як взаємодія, взаємозумовленість внутрішньої та зовнішньої підструктур (сторін). Внутрішня підструктура включає в себе сукупність потреб, інтересів, цілей, мотивів, установок, ціннісних орієнтацій ССО тощо, а зовнішня підструктура представлена актами діяльності, її засобами, результатами, способами охорони системи дисциплінарної регуляції, що склалася: оцінками, санкціями, акціями тощо. Під вертикальним зрізом структури ДНВП необхідно розуміти рівень її розвитку: найвищий, вищий, середній, низький тощо. Можливе виділення також інших підструктур, зокрема, ціннісної, що уособлює взаємодію різних сторін аксіологічних компонентів реальних дисциплінарних відносин: організацію цінностей, послідовність та ієрархію в розстановці проголошених вимог [6; 7; 11].

Елементи змісту ДНВП перебувають між собою у відносинах і зв'язках, які утворюють певну цілісність та єдність її різноманітних сегментів. У ній можливе виділення конкретно-видових внутрішніх і зовнішніх зв'язків, а також єдиних внутрішньо організованих зв'язків норм і заборон, узгодження, відмінності, напруженості та суперечливості дисциплінарних установлень. Їх рисами, особливостями є структурний взаємозв'язок, що набуває характеру не лише прямих, а й зворотних зв'язків, взаємопроникнення, співвідносність об'єкта та суб'єкта ДНВП, можливість виділення внутрішніх і зовнішніх сторін, а також опосередкований або безпосередній характер. Загальним принципом утворення системи ДНВП потрібно вважати синтез її структурно-оформлених суб'єкта й об'єкта як прояв взаємозв'язків зовнішніх та внутрішніх, об'єктивних і суб'єктивних сторін [1; 5; 6; 8; 9].

Висновки. Суть ДНВП як складного соціокультурного явища може бути виявлена в єдності різноманітних та суперечливих форм існування, тобто внаслідок подання її як специфічного виду суспільних відносин, елемента їх системи, а також як сукупності залежностей і зв'язків, що виникають у ССО в процесі навчально-виховної діяльності.

Вирішення окресленої теоретико-методологічної проблеми надасть змогу в подальшому виявити найбільш суттєві характеристики ДНВП, здійснити її аналітичну та факторну операціоналізацію тощо. Проведення подальшого, більш глибокого аналізу дисциплінарних явищ, розробки теоретичних передумов їх дослідження багато в чому можливе в процесі вибору, тлумачення й з'ясування ключових понять, визначення їх змісту, а також емпіричних ознак і засобів їх фіксації. Так, однією з головних складових змісту ДНВП, яку необхідно піддати процедурі подальшої, більш детальної структурної операціоналізації, є сукупність вимог, що виступають у вигляді обов'язку, завдання, змісту приписуваних вчинків ССО.

У найбільш загальному вигляді зміст ДНВП також включає в себе сукупність груп елементів (підсистем), до яких належать вимоги; обов'язки; правила; вихідні моральні та психологічні позиції ССО у моральному виборі, поведінці, відносинах; сукупність існуючих звичаїв, ціннісних значень, які перебувають у певній відповідності й взаємодії. ДНВП також містить сукупності практичних суб'єктивно-мотивованих залежностей, взаємодій між ССО й об'єктами діяльності; еталони, стереотипи поведінки, стилі життя, які виражають ціннісний зміст їх відносин; закріплені на практиці взірці поведінки; систему мотивованих дій, реальну поведінку й способи охорони системи дисциплінарної регуляції, що склалася.

До структури ДНВП варто зарахувати суб'єкта, об'єкт, суб'єктивну та об'єктивну сторони, а також виділяти її горизонтальний і вертикальний зрізи. Її горизонтальне утворення може бути визначене як взаємодія, взаємозумовленість внутрішньої та зовнішньої підструктур (сторін). Внутрішня підструктура включає в себе сукупність потреб, інтересів, цілей, мотивів, настанов, ціннісних орієнтацій ССО тощо, а зовнішня підструктура може бути представлена актами діяльності, її результатами й засобами охорони системи дисциплінарної регуляції. Під вертикальним зрізом структури ДНВП потрібно розуміти рівні її розвитку: найвищий, вищий, середній, низький тощо.

Загальне теоретичне визначення понять, формування уявлень про систему, структуру ДНВП, виділення її найбільш істотних характеристик надасть змогу в подальшому виявляти найбільш суттєві індикатори й показники дисциплінарних явищ, які, у свою чергу, можуть виступати як елементи робочих моделей, необхідних для складання програм, інструментарію дослідження та здійснення відповідних проектів соціологічного забезпечення ДНВП у навчальних закладах, у сфері освіти суспільства загалом.

Список використаної літератури

1. Буряк Б. Методологічний аспект побудови навчального процесу. *Вища освіта*. 2007. № 1. С. 78–86.
2. Демчук В. С. Основи освітнього менеджменту. Київ: Ленвіт, 2007. 236 с.
3. Інновації в освіті – основа модернізації галузі в сучасних умовах. URL: <http://innovosvita.com.ua/index.php/ru/results/catalogue/24> (дата звернення: 12.12.2018).
4. Інноваційні підходи до управління навчальними закладами. URL: <http://www.virtual.ks.ua/students/6432-innovative-approaches-to-the-management-of-schools.html> (дата звернення: 12.12.2018).
5. Корнілов В. С. Проблеми категоріального визначення дисципліни навчально-виховного процесу суб'єктів системи освіти. *Стратегія розвитку України*. Київ, 2014. № 1. С. 241–244.
6. Корнілов В. С. Аналітична операціоналізація феномену дисципліни навчально-виховного процесу суб'єктів системи освіти. *Стратегія розвитку України*. Київ, 2014. № 2. С. 189–193.
7. Методология этических исследований / отв. ред Л. М. Архангельский. Москва: Наука, 1982. 382 с.
8. Навроцька М. М. Стратегічне управління загальноосвітнього навчального закладу. URL: <http://www.virtual.ks.ua/students/6432-innovative-approaches-to-the-management-of-schools.html> (дата звернення: 12.12.2018).
9. Основи управління загальноосвітнім навчальним закладом. URL: http://pidruchniki.ws/16701214/pedagogika/osnovi_upravlinnya_zagalnoosvitnim_navchalnim_zakladom (дата звернення: 12.12.2018).
10. Образование в Украине. *Общациональное исследование R&B Group*. 2010. URL: <http://www.rb.com.ua/rus/projects/omnibus/5065/> (дата обращения: 12.12.2018).
11. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под ред. В. А. Ядова. Ленинград: Наука, 1979. 264 с.
12. Семез А. А. Менеджмент в освіті. Кіровоград, 2011. 168 с.
13. Соколов В. М. Социология нравственного развития личности. Москва: Политиздат, 1986. 239 с.
14. Татенко В. О. Психология в субъектном измерении. Київ: Просвіта, 1996. 404 с.
15. Тадіян С. В. Проблеми формування професійної свідомості фахівця ДПО в умовах ВНЗ. *Формування та розвиток особистості в умовах вищих навчальних закладів МНС України*: матеріали Першої міжвуз. наук.-практ. конф. 19 грудня 2003 р. Харків, 2003.
16. Гаєвська Л. А. Управління освітою: нові пріоритети. URL: http://pidruchniki.ws/16701214/pedagogika/osnovi_upravlinnya_zagalnoosvitnim_navchalnim_zakladom (дата звернення: 12.12.2018).
17. Хриков Є. М. Управління навчальним закладом: навч. посібник. URL: <http://ua.convdocs.org/docs/index-46708.html?page=11> (дата звернення: 12.12.2018).

Стаття надійшла до редакції 14.01.2019.

Корнілов В. С., Николаенко В. Л. Дисципліна учебно-воспитательного процесса: проблемы категориального определения и аналитической операционализации

В статье рассмотрены основные проблемы категориального определения дисциплины учебно-воспитательного процесса (в дальнейшем – ДУВП) субъектов системы образования, возможные направления их теоретического решения, а также основ-

ные аспекты аналитической операционализации дисциплины учебно-воспитательного процесса субъектов системы образования. Решение вышеупомянутой проблемы позволит выявить наиболее существенные характеристики ДУВП, осуществить ее аналитическую и факторную операционализацию. А они, в свою очередь, могут стать элементами рабочих моделей, необходимых для составления программ, инструментария социологических исследований и соответствующих проектов социологического обеспечения ДУВП в учебных заведениях, сфере образования общества в целом.

Ключевые слова: дисциплина учебно-воспитательного процесса, субъекты системы образования, общественные отношения, дисциплинарное сознание, дисциплинарная деятельность.

Kornilov V., Nikolaenko V. Discipline of the Educational Process. Problems of Categorical Definition and Analytical Operationalization

The article examines the main problems of the categorical definition of the discipline of the teaching and educational process of the education system entities (hereinafter referred to as DTEP), possible directions of their theoretical solution and the main aspects of its analytical and factorial operationalization. The article examines the essence of DTEP as a complex socio-cultural phenomenon in the unity of different and contradictory forms of existence, it is represented as a specific type of social relations, an element of their system, as well as a set of dependencies and relationships arising at the education system entities (hereinafter referred to as ESE) during teaching and educational process.

The article also states that the solution of the aforementioned theoretical and methodological problem will allow to reveal the most significant DTEP characteristics, carry out its analytical and factorial operationalization, which, in turn, could become the elements of the working models necessary for making up programs, toolkit of current theoretical-applied and applied sociological research, corresponding projects of organizational and practical implementation of DTEP sociological support in educational system institutions, in education area of society totally.

The article also determines that further, more in-depth analysis of disciplinary phenomena, clarification of theoretical prerequisites of their research is largely possible in the process of selection, interpretation and clarification of key concepts, determination of their content, as well as empirical features and means of their fixation. The article defines one of the main components of the content of DTEP which must be subjected to further procedure, the pain of detailed structural operationalization is a set of requirements that act as a duty, task, content attributed to the actions of the ESE.

The article also defines the DTEP content in the most general form includes a set of groups of elements (subsystems), which include: requirements; duties; rules; output moral and psychological positions of the ESE in moral choice, behavior, relationships; a set of existing customs, values that are in a certain correspondence and interaction. The article also determined that the disciplinary phenomena include the practical totality of subjectively-motivated dependencies, the interactions between the ESE and the objects of activities, standards, patterns of behavior, styles of life, which express the value content of their relationship, enshrined in practice patterns of behavior, system-motivated actions, the actual behavior and ways of protection of the disciplinary system of regulation of the situation.

The article defines that the DTEP structure should include: subject, object, subjective and objective sides, as well as to allocate horizontal and vertical sections that its horizontal formation can be defined as the interaction, interdependence of internal and external substructures (sides). The article also defines that the internal substructure includes a set of needs, interests, goals, motives, attitudes, value orientations of the ESE, etc., and the external substructure can be represented by acts of activity, its results and means of protection of the

system of disciplinary regulation of the situation, that under the vertical section of the DTEP structure should be understood the level of its development, which can be divided into highest, high, medium, low, etc.

The article defines that the general theoretical definition of concepts, the formation of ideas about the system, the DTEP structure, the allocation of its most significant characteristics will further identify the most significant indicators and indicators of disciplinary phenomena, which, in turn, can act as elements of working models necessary for programming, research tools and implementation of relevant projects of sociological support of DTEP.

Key words: *discipline of the teaching and educational process, the educational system subjects, social relations, disciplinary awareness, disciplinary activity. discipline of the teaching and educational process.*

УДК 316.2

Л. А. ЛЯПІНА

ТОЛЕРАНТНІСТЬ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ ВЗАЄМОДІЇ: СОЦІОЛОГІЧНА КОНЦЕПЦІЯ М. УОЦЕРА

У статті проаналізовано концепцію толерантності в міжкультурній взаємодії американського соціального теоретика Майкла Уолцера. Визначено соціальну роль толерантності, яка полягає в забезпеченні можливості існування відмінностей у культурних картинах світу, і, відповідно, окреслено п'ять основних типів толерантного ставлення до цих відмінностей. Обґрунтовано актуальність концептуалізації М. Уолцера для подальшого розгортання сучасних соціокультурних демократичних процесів.

Ключові слова: толерантність, терпимість, культурні відмінності, культурний плюралізм, культурні асоціації, міжкультурна взаємодія.

Нинішній сплеск етнічної самосвідомості, прагнення до відокремлення, виокремлення в особливу етнічну спільність постають передумовами культурного (чи етнічного) націоналізму. Крім того, сьогодні намітилися тенденції, які ставлять під сумнів існування національних держав. Перша полягає в тому, що на основі інформаційної революції сформувався та існує глобальний мережевий ринок, багато суспільств стали глобалізованими або такими, що глобалізуються, активізуються міжнаціональні соціальні рухи, набули поширення телекомунікації та інтернаціональна освіта. Відтак, глобалізація повинна привести до консолідації світу, тоді ідея культурних відмінностей, ідея множинності культур відступить перед усевітнім взаємозв'язком, але за умови, якщо не візьме гору друга тенденція, своєрідний «зворотний бік» першої, – сегментація (етнізація соціальних відносин на всіх рівнях) і, як наслідок, розпад суспільства на етнічні сегменти, що конкурують між собою зі своєю культурою, що, у свою чергу, є показником суспільної дезінтеграції й може стати передумовою деградації та хаотизації суспільств. У світлі зазначених факторів пошук способів гармонізації відносин між різними етнокультурними групами, стійких ціннісних орієнтацій в умовах плюралізму культур, з одного боку, та дезінтеграційних тенденцій – з іншого, для сучасних націй-держав є особливо актуальним.

Проблема толерантності та компромісу в міжкультурній взаємодії є також актуальною й для сучасного українського суспільства, адже Україна є поліетнічною країною, що уособлює традиції багатьох культур. У сучасній дійсності в умовах глобалізації справжня проблема набуває нового обертону. Отже, соціофілософська рефлексія феномену толерантності актуалізується необхідністю пошуку нових моделей міжкультурної взаємодії, які відповідають імперативам і викликам сучасності.

У цьому контексті становить інтерес концепція міжкультурної толерантності, автором якої є відомий американський учений, соціальний теоретик Майкл Уолцер. Теоретичний аналіз цієї концепції в контексті пошуку оптимального варіанта вирішення проблем багатокультурності на сучасному етапі, зокрема для українського суспільства, є *метою статті*.

Однією з головних тем досліджень М. Уолцера є толерантність у міжкультурній взаємодії як характеристика сучасних та історичних суспільств [4, с. 147]. «Предметом мого дослідження, – зазначає вчений, – є терпимість або, краще сказати, те, що робить терпимість можливою, – тобто мирне співіснування груп людей з різною історією, культурою і само-свідомістю» [1, с. 16]. Ця проблема найбільш повно представлена дослідником у його праці «Про терпимість. Лекції з етики, політики та економіки», виданій у США у 1997 р. [5] та перекладеній у 2000 р. російською [1] й у 2003 р. – українською мовами [6]. Як зауважують критики, книга М. Уолцера присвячена розгляду культурних відмінностей, точніше розгляду «культурних етнорелігійних відмінностей в аспекті “мирного співіснування” їх носіїв, тобто, за логікою автора, – у світлі проблематики терпимості» [7].

Ідея толерантності (або терпимості) постає у вченні М. Уолцера універсальним етико-соціополітичним ідеалом. На думку дослідника, терпимість часто недооцінюють, її вважають найменшим з того, що ми можемо зробити для оточення. Проте, насправді терпимість і як теорія, і як практика, що може набувати різних форм, це величезне досягнення, достатньо унікальне в історії людства [1, с. 13]. Її соціальна роль полягає в захисті самого життя, адже «переслідування часто призводить до смерті», крім того, вона забезпечує суспільне життя, тобто життя тих різноманітних спільнот, у яких ми усі живемо. Терпимість робить можливим існування відмінностей, а відмінності, у свою чергу, зумовлюють необхідність терпимості [1, с. 14]. Смісл цього поняття полягає в тому, що люди змушені терпіти те, чого не бажають. Проте той прояв, у якому терпимість присутня в сучасному суспільстві з його універсалістськими установками, має скоріше вирівнювальний ефект.

Культивування автономії та прав індивідів ставить питання про реалізацію прав спільнот. Тому, на думку М. Уолцера, культурний плюралізм повинен стати невід’ємною характеристикою сучасного західного суспільства. Уся структура суспільства вимагає не лише «захисту» відмінностей, а й збереження та відтворення групової ідентичності, витканої з елементів культурного порядку. Тому соціальний теоретик хоче знайти компроміс між автономією індивідів, з одного боку, та заохоченням групових зв’язків – з іншого. При цьому пропорція повинна зберігатися настільки, наскільки надає змогу зберігати стабільність у суспільстві. «...Ми живемо в умовах специфічно сучасного і постмодерністського конфлікту множинності груп

та індивідів. І у цьому конфлікті у нас немає іншого вибору, окрім як стверджувати цінності обох боків», – зауважує дослідник [1, с. 118].

Оскільки для сучасних суспільств характерне культурне різноманіття, де існують спільноти, які мають різні вірування, цінності, звичаї [4, с. 147], тобто мають культурно-релігійні відмінності та відмінності в стилі життя [1, с. 24], М. Уолцер пропонує п'ять можливих типів толерантного ставлення до цих відмінностей. При цьому доцільно зауважити, що типологія толерантності американського вченого покликана показати всю багатоманітність тих взаємодій між людьми, групами, спільнотами, які можуть розумітися як толерантні. Фактично, розгляд цих видів вводить аналіз тієї характеристики толерантності, згідно з якою терпимість до відмінностей є різною: як моральний вибір, як психологічна властивість, як передумова, що звільняє людину від влади та примусу [8, с. 256].

Так, для першого типу толерантності, на думку дослідника, характерне відсторонено-смирнене ставлення до відмінностей в ім'я збереження миру. Цей тип властивий здебільшого суспільствам XVI–XVII ст. та пов'язаний із встановленням конфесійної терпимості після довготривалого гоніння прибічників одних релігій іншими. Терпимість у цьому випадку обґрунтована тим, що відмінності в поглядах, які не стосуються питань істини та основних моральних, правових, політичних норм, не перешкоджають нормальному функціонуванню суспільства.

Другий тип толерантності – це позиція пасивності, розслабленості, милостивої байдужості до відмінностей: «нехай розквітають усі квіти» [1, с. 25]. Толерантність тут постає як повага до іншої людини, яку неможливо зрозуміти і з якою майже неможливо взаємодіяти, тому що спільноті не перетинаються, співіснуючи в різних культурних світах з різними цінностями.

Третій тип терпимого ставлення до відмінностей М. Уолцер визначає як своєрідний моральний стоїцизм, тобто принципову згоду з тим, що й інші мають права, навіть якщо спосіб користування цими правами викликає відразу. Можна назвати таке терпиме ставлення до інших спільнотей та груп поблажливістю до слабкості інших разом з певною часткою презирства до них, оскільки людям властиво вважати цінності своєї культури кращими за всі можливі.

Четвертий тип представлений дослідником як відкритість щодо інших, повага, бажання дослухатися та вчитися.

І, нарешті, п'ятий тип толерантності – це захопливе прийняття відмінностей, пов'язане або з естетичним схваленням, коли відмінності сприймають як культурне різноманіття, або з функціональним, коли відмінності постають як невід'ємна умова розквіту людства, що надає будь-кому всеосяжну свободу вибору [1, с. 25–27; 8, с. 256].

Кожен з вищевказаних типів толерантності (хоча сама ідея толерантності є ліберальною по суті) має місце у своєму історичному, націона-

льному та культурному контекстах. Відповідно, М. Уолцер виділяє й «п'ять моделей толерантних суспільств», а саме: багатонаціональні імперії, міжнародну спільноту, консоціативний устрій, національні держави та іммігрантські суспільства. До цього переліку дослідник окремо додає складні, змішані випадки – такі країни, як Франція, Канада та Ізраїль. Проте вчений відмовляється від «дурного утопізму» пошуку «найдосконалішого» в сенсі терпимості режиму. «Навіть найкраще з політичних утворень, – визнає М. Уолцер, – є таким відповідно до історії та культури того народу, життя якого воно хоче облаштувати» [1, с. 38].

Толерантність ідеологічна етично, тому вона претендує на роль універсального соціально організуючого принципу, тобто режиму. Але «режим терпимості» можна зрозуміти як щось більш визначене, ніж режим, відмічений терпимістю. До останніх М. Уолцер зараховує, крім суспільств сучасного типу, також багатонаціональні імперії, де атмосфера етнорелігійної терпимості можлива завдяки особливому змісту імператорської влади, що споруджує її над культурними відмінностями включених спільнот. Імперії терпимі, але не тому, що прихильні до принципів терпимості. Толерантність ліберальних національних держав та емігрантських суспільств, навпаки, передбачає й включає в себе прийняття ідеології терпимості. Саме ідеологія терпимості гарантує тут соціальну практику терпимості, й у взаємозв'язку одного з іншим толерантність досягає своєї повноти як режим, який у деяких ситуаціях, безумовно, відзначений терпимістю, а в деяких – ні.

М. Уолцер не обминає проблеми напруження, що виникає між чеснотою терпимості та ідеологією або режимом терпимості. Він визнає, що режим толерантності – у тому вигляді, як він реалізований у ліберальних національних державах та емігрантських суспільствах, – має яскраво виражений зрівнювальний ефект. І, отже, толерантність не містить у собі внутрішньої суперечності. Викликаний необхідністю «охороняти відмінності», толерантний режим сучасних суспільств усуває їх. Поширення духу терпимості через систему освіти, через поширення символів у масовій культурі настільки ж необхідно для відтворення толерантного режиму, наскільки згубно для відтворення культурної своєрідності спільнот. Насамперед і переважно тих спільнот, які за своєю історією, своєю внутрішньою логікою не є ліберальними. Тобто в дослідника ліберальна толерантність має обмежений характер: суспільство є терпимим тільки до тих об'єднань та асоціацій, які не створюють труднощів для суспільства і, як зауважує німецький соціолог Ю. Габермас, не «проявляють у безоглядно модернізованих суспільствах весь свій деструктивний потенціал» [9, с. 120].

М. Уолцер вважає, що абстрактна толерантність, реалізована на рівні індивідів, часто перетворюється на інтолерантність на рівні спільнот, які він розглядає як реально функціонуючі життєві єдності. Таку інтолерантність іноді називають «етноцидом» [8]. Схильність до «етноциду» існує в суспільстві у вигляді нетерпимого ставлення до іншого, до чужих, до інди-

відів, які з якихось причин не відповідають тому, як вони повинні виглядати, поводитися тощо. Втім, для найбільш широкого кола культурних, етно-релігійних спільнот толерантний режим постає витонченою формою нейтралізуючої асиміляції. Так чи інакше, за переконанням М. Уолцера, у ліберальних національних державах та емігрантських суспільствах дію культурних відмінностей включено лише до сфери приватного життя. Звичай, віра, національність – приватна справа громадянина. Толерантність, за словами теоретика, «забезпечує саме життя і ставить культурні відмінності нижче від того порога значущості, за яким можливе функціонування живих, ефективно відокремлених та ефективно консолідованих груп» [1, с. 58].

Ідентичність співгромадян виявляється в необхідності складати своє Я з крихітних залишків колишніх культур і релігій [1, с. 104]. Людей, які поривають зі своєю культурою й намагаються скласти себе з уламків своїх культур, М. Уолцер називає «волоцюгами». Для них, на його думку, залишиться назавжди незнайомий досвід цілісного себе, досвід життя в культурі. Індивіди, які втратили свою колишню групову ідентичність, не знаходять ні загальної, ні якоїсь нової групової ідентичності. Така ситуація, яка характеризується появою великої кількості людей з невизначеною ідентичністю, фрагментованістю та безліччю власних ідентичностей, і, відповідно, високим рівнем мультикультурності, спостерігається, за твердженням М. Уолцера, у сучасних суспільствах.

Дослідник розглядає цю ситуацію в межах постсучасного проекту толерантності й не приховує своєї неприязні до постмодерністського бродяжництва, він пов'язує з ним перспективу збіднення індивідів і звуження сфери культурного життя. На думку теоретика, умови для терпимості, громадянського миру та спільного життя забезпечується не індивідуалізмом, а участю в групах, спілках та асоціаціях, адже саме в групах індивіди стають здатними бути одночасно і сильними, і підтримувати зв'язки з оточенням. Але напругу, що існує між тими, хто шукає свободи й визнання, або тими, хто їх отримав, і консолідованими групами, вважає дослідник визначальною й до того ж сильною рисою

Отже, уся структура сучасного суспільства вимагає збереження групових відмінностей культурного порядку. У цьому висновку – сенс і причина того поміркованого плюралізму, який проповідує М. Уолцер. Він намагається шукати компроміс, захочувати емансипацію індивідів, посилення й консолідацію групових зв'язків (у розумних межах) у контексті глобальної стабільності. Прагнучи уникнути повної фрагментації «розколотих Я епохи постмодернізму» і, разом з тим, побоюючись надмірних домагань політичного і культурного співтовариства, М. Уолцер запитує: «Чи не краще в такому випадку увічнити нинішній стан суспільства... як життя з проблемами першого покоління некорінних громадян?» [1, с. 108]. У будь-якому разі у вченого терпимість, що нейтралізує відмінності, є по-

двійною. Люди, незалежно від їх расової, етнічної та релігійної належності, користуються правами як індивіди, але індивіди об'єднуються у групи, і кожна група, особливо та, яка належить до меншості, має «право голосу на власне місце і на проведення власної політики» [1, с. 113].

Висновки. Таким чином, завершуючи короткий аналіз концепції толерантності М. Уолцера, зробимо такі висновки.

По-перше, основною проблемою сучасної демократії М. Уолцер вважає дисонанс відносин «плюралізм груп – плюралізм особистостей». Учений доводить, що взаємопосилення індивідуальності та спільноти, які слугують спільним інтересам, потребує дієвої політичної підтримки, зокрема, підтримки толерантності як ідеології, що є програмою боротьби за збільшення соціальної та економічної рівності. Однак без об'єднання захисту груп і наступу на класові відмінності жоден толерантний режим у межах модерного й постмодерного іммігрантського, плюралістичного суспільства довго існувати не зможе. Якщо держава гарантує свободу особистості, то суспільство народжує індивідів, що демонструють велику силу та впевненість у собі. Вони здатні нести відповідальність за себе та інших, а також координувати свої приватні інтереси з інтересами суспільства. Проте ніякий толерантний режим не може триматися на плечах «сильних особистостей», оскільки вони є продуктами колективного життя й не здатні відтворити ті зв'язки, які визначили їх силу.

По-друге, соціальний теоретик відкидає думку про те, що саме різноманітність культурних асоціацій становить найбільшу загрозу для сучасного суспільства, підриваючи тим самим його монолітність і стабільність. Він бачить головну загрозу саме в слабкості цих асоціацій, проголошуючи необхідність зробити їх більш сильними та згуртованими, а також наділити їх більш широкою відповідальністю. Не можна сказати, щоб М. Уолцер не розумів труднощів реалізації ідеї толерантності, але, незважаючи на безліч очевидних прикладів невідповідності соціальної ідеї політичним реаліям, ученим рухає віра в можливу перебудову світу, виходячи з принципів толерантності до культурного різноманіття.

І, останнє, головна заслуга М. Уолцера в дослідженні проблеми міжкультурної толерантності полягає в тому, що він зробив низку важливих кроків на шляху обґрунтування необхідності формування принципів терпимості для мирного співіснування спільнот та країн. Разом з тим сучасний світ усе ще далекий від поняття толерантності. Усі міркування про толерантність стають безглуздими в разі збереження «логіки панування» однієї країни або однієї культури над іншою. Майбутнє глобального світу неможливе без мирного співіснування, тому терпимість і толерантність, мабуть, залишаться основними принципами полікультурного та етноконфесійного співжиття в сучасному світі. Терпимість і толерантність повинні стати новою політичною стратегією й для України. Це сприятиме подальшій демократизації суспільства та входженню України до світової спільноти.

Список використаної літератури

1. Уолцер М. О терпимости / пер. с англ. яз. И. Мюрнберг. Москва: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 160 с.
2. Уолцер М. Современная западная философия. Энциклопедический словарь / под ред. О. Хеффе, В. С. Малахова, В. П. Филатова, при участии Т. А. Дмитриева. Ин-т философии. Москва: Культурная революция, 2009. 392 с.
3. Арчад Д. Упование на лучшее? Уолцер М. Современная западная философия. Энциклопедический словарь / под ред. О. Хеффе, В. С. Малахова, В. П. Филатова, при участии Т. А. Дмитриева. Ин-т философии. Москва: Культурная революция, 2009. С. 153–157.
4. Эпплайя Энтони К. Мультикультуралистское недопонимание. Уолцер М. Современная западная философия. Энциклопедический словарь / под ред. О. Хеффе, В. С. Малахова, В. П. Филатова, при участии Т. А. Дмитриева. Ин-т философии. Москва: Культурная революция, 2009. С. 133–159.
5. Walzer Michael. On Toleration. Lectures on ethics, politics and economy. Yale University Press, 1997. 160 с.
6. Уолцер М. Про толерантність / пер. з англ. М. Лупішко. Харків: РА-Каравела, 2003. 148 с.
7. Ремизов М. Апории терпимости. URL: <http://lib.rin.ru/doc/i/104618p.html> (дата обращения: 16.12.2018).
8. Волкова Т. П. Классические философские концепции мультикультурализма и толерантности. Вестник МГТУ. 2016. Т. 14. № 2. С. 254–259.
9. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы / пер. с нем. Москва: Весь Мир, 2002. 144 с.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2019.

Ляпина Л. А. Толерантность в межкультурном взаимодействии: социологическая концепция М. Уолцера

В статье анализируется концепция толерантности в межкультурном взаимодействии американского социального теоретика Майкла Уолцера. Определяется социальная роль толерантности, которая заключается в обеспечении возможности существования различий в культурных картинах мира, и, соответственно, характеризуются пять основных типов толерантного отношения к этим различиям. Обосновывается актуальность концептуализации М. Уолцера для дальнейшего развертывания современных социокультурных демократических процессов.

Ключевые слова: толерантность, терпимость, культурные различия, культурный плюрализм, культурные ассоциации, межкультурное взаимодействие.

Lyapina L. The Concept of Tolerance in the Intercultural Interaction of American Social Theorist Michael Walzer

The introduction substantiates the relevance of the topic. Today, in a global world, faced with fundamentally new cultural challenges, contradictions and uncertainty grow. The center of scientific and social attention is increasingly confronted with issues of adaptation, acculturation, integration – on the one hand, and differentiation, ethnocultural stratification, inter-ethnic tension – on the other. In this regard, society faces problems of cultural differences, sustainable development, the search for a compromise between ethno-cultural groups in a multitude of cultures in order to preserve the integrity of multicultural societies. All this determines the necessity and urgency of the sociological discourse of tolerance in the context of intercultural interaction. The problem of tolerance is also relevant for modern Ukrainian society. Ukraine is a multiethnic country that embodies the traditions of many cultures.

The main part reveals the social role of tolerance. It consists in ensuring the possibility of existence of differences in the cultural scenes of the world. There are five main types of tolerant attitude to these differences. Thus, the first type of tolerance is characterized by a detached-humble attitude to differences in the name of maintaining peace. This type is primarily characteristic of the societies of the 16th-17th centuries and is associated with the establishment of confessional tolerance after long-term persecution of adherents of some religions to others. The second type of tolerance is the position of passivity, relaxation, gracious indifference to differences. Tolerance here appears as respect for another person, which is impossible to understand and with which it is almost impossible to interact, since the generality does not intersect, coexisting in different cultural worlds with different values. The third type of tolerant attitude to differences is the principled consent that others have rights, even if the way to use these rights is immediately. Such a tolerant attitude towards other communities and groups can be called leniency to the weakness of others. The fourth type is openness to others, respect, willingness to listen and learn. The fifth type of tolerance is the fascination of accepting differences. Differences are perceived as cultural diversity. Differences arise as an inalienable condition for the flowering of mankind as well.

Consequently, the whole structure of modern society requires the preservation of group cultural differences. In this conclusion – the meaning and reason for moderate pluralism M. Walzer. He tries to seek a compromise, to encourage the emancipation of individuals, and to strengthen and consolidate group bonds (within reasonable limits) in the context of global stability.

The conclusions substantiate the relevance of M. Walzer`s concept for the further deployment of modern socio-cultural democratic processes.

Key words: *tolerance, tolerance, cultural differences, cultural pluralism, cultural associations, intercultural interaction.*

УДК 316.77

О. О. Суська

МЕТОДОЛОГІЧНА АНТИНОМІЯ УНІВЕРСАЛІЗАЦІЇ ТА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ У ВИВЧЕННІ ДИСКУРСУ МАС-МЕДІА

У статті розглянуто проблему використання антиномії універсалізації та диференціації як важливих методологічних підходів до вивчення метадискурсу масової комунікації. Використовуючи як найбільш популярний загальнонауковий метод системний аналіз, науковці не завжди оцінюють всю повноту його можливостей і прихованих у ньому неантогоністичних суперечностей (антиномій). Однією з таких глибинних методологічних антиномій є неантогоністичне протистояння універсалізації та диференціації. Зокрема, розглянуто, як ця антиномія справджується та реалізується у вивченні дискурсу мас-медій як сукупності медіакомунікаційних практик.

Ключові слова: мас-медіа, комунікації, методологія, соціологія, медіадискурс.

У процедурах освоєння множинних характеристик просторів комунікацій у «суспільстві знань» народжується метажурналістика як модель класичного журналістського процесу, що в умовах глобалізації не лише об'єднує своїх представників незалежно від державних кордонів і географічних відстаней, але одночасно «дає можливість для приватності й створення малих мереж і малих груп»; причому вивчення сучасних моделей масової комунікації доводить, що саме метажурналістика практично виключає зовнішні впливи на цей процес, бо вони в класичних моделях не враховані [5]. Такий підхід можна назвати універсалістичним, бо через нього автор намагається універсалізувати розуміння процесів функціонування сучасної журналістики в глобалізованому інформаційному просторі. Проте, соціальний вплив журналістики завжди здійснюється за допомогою певних механізмів. Таким механізмом, від якого в майбутньому буде залежати і сам характер дії, і його результат, є соціальна комунікація. Очевидно, що, «аналізуючи соціальну комунікацію як діяльність і механізм ідентифікації та зв'язку людей», теоретики журналістики та комунікаційних процесів (як наголошувала Т. М. Дрідзе), загалом роблять «свій внесок не лише в теорію соціальної комунікації, а й у практику прогнозування та регулювання соціально-політичних і соціокультурних процесів» [10, с. 27].

Метажурналістика не тотожна простору інформації, однак може охоплювати великі масиви її транслювання і спрямована по своїй суті на розуміння й запобігання зовнішнім впливам на особистість. Саме останнє виглядає трохи парадоксальним, але з погляду метапроцесів (яким по суті є метадискурс мас-медіа), таких як інтерналізація мовленнєвого середовища та «глокалізація» (поєднання глобальних можливостей з локальною реальністю, у викладі Р. Робертсона, застосоване «на позначення глобальної локалізації – глобального світогляду, пристосованого до локальних умов» [7,

с. 52]). Артикулюючи внутрішню сутність метажурналістики в стилі сучасних теорій «суспільства ризику» (Г. Бехманн, Ю. Гелтон, Х.-Д. Кюблер, ін.), метажурналістика намагається розрахувати ризик послідовності рідкісних подій і передбачити їх настання. Проте, як зауважував Н. Таліб [14], зрозуміти, як зробитися нечутливим до пошкодження від мінливості, набагато легше, ніж передбачити подію, яка може призвести до пошкодження.

У постнекласичному розумінні, диференційна та інтегральна концепції метадискурсу масової комунікації ґрунтуються на визнанні переваг семасіопсихологічного аналізу [9], що базується на виявленні глибинних сенсів вербального матеріалу, які становлять, у свою чергу, серцевину семіосоціопсихологічної парадигми вивчення медіадискурсу. Універсальність полягає в паралельному застосуванні структурно-функціональних та інтегруючих підходів (у тому числі системного аналізу) при вивченні соціальної взаємодії в контексті життєвих (локальних і глобальних) соціальних ситуацій, рівня інтеграції соціоментальних ознак та екстраполяції виділених категорій та інструментів на процедури дослідження конфігурацій інформаційного поля особистості й простору медіакомунікацій взагалі.

Узвичаєння методології диференціації, що справджується в багатьох науках у диференційних підходах, що (як видається) лежать «на поверхні», переважно є наслідком прагматичності та впливу емпірики. Це призводить до гальмування й обмеження застосування мультидисциплінарності, надлишкової акцентуації практичного застосування результатів досліджень (на відміну від їх теоретичного значення). Так, автором статті було визначено, що «найбільш вразливим моментом вивчення метадискурсу масової комунікації протягом довгого часу була неспроможність сполучити в одній розробці підходи, а іноді й альтернативні тенденції розгляду дискурсивних явищ різними науками. Так, деякі підходи текстології та культурології не сприймалися соціологами медіакомунікацій до тих пір, поки в полі їхньої дослідницької уваги не з'явилися методи наративу та герменевтичних досліджень» [10, с. 87]. Аналогічно є важливим, що серед теоретичних постулатів системного аналізу закладена можливість з найбільшою послідовністю й повнотою реалізувати одну з головних функцій наукової теорії – інтегруючу, що надає змогу об'єднувати в наукову систему все різноманіття теоретичних та емпіричних даних, надаючи їм систематизованого й глибинного тлумачення, що підіймає значення структур «смыслепокладання» над структурами «смыслорозпізнавання».

Для традиційних мас-медійних систем (апогей функціонування яких припав на останню чверть ХХ ст.), центральним об'єктом осередку уваги (іноді всупереч звичним поглядам дослідників того часу) і «мішенню» впливу була не окрема людина і її свідомість, а «людська раціональність у цілому» [12], тобто ті потреби, цілі та способи їх досягнення (моральні й інші гуманітарні цінності), які декларувалися як цінності та ідеали всього суспільства у функціоналі непорушності складових «свідомості мас»;

Т. ван Дейк, передбачаючи подібний стан, зазначав, що «поняття дискурсу так само розпливчасто, як поняття мови, суспільства, ідеології» [1]. Цей стан є також характерним для індустріальних суспільств сучасного типу, і для «розвинених» західних демократій, і для посттоталітарних держав.

У соціології масової комунікації більшість теорій «нормативного ряду» підтримувало медіацентричність. Так, Д. Брайант і С. Томпсон (Bryant, Thompson) [15] в «Основах медійного впливу» залишають серед актуалізованих теорію «медійного насильства», що також знаходить своє відображення й у «дифузії інновацій» («Diffusion of innovations») Е. Роджерса (Rogers) [17]. Дифузія інновацій відома як теорія, яка прагне пояснити: як, чому і з якою швидкістю нові ідеї і технології поширюються через різні культури.

У теорії циклічного розвитку Е. Гідденса, з її тимчасово-просторовими дистанціями й «рефлексивною саморегуляцією» суспільства перехідної епохи, виникає зв'язок між циклами, що поєднує «старе» і «нове», що утворює складний комплекс, якийсь «вузол» соціальної та культурної еволюції, в якому «нове» періодично виявляється давно забутим «старим» [2]. Актуалізація або запозичення з іншої культури теж потрапляють до «нашого столу» в соціокультурному контексті, що є характерним для перехідних періодів. Так само звернення до попереднього досвіду людства, перегляд і переосмислення традицій та норм, актуалізація архаїки й відновлення того, що здавалося давно забутим і втраченим (адже людство стурбоване пошуками виходу зі складної ситуації), як у дзеркалі, відбиває всі катаклізми, ризики й кризи кінця ХХ ст. і перших десятиліть ХХІ ст. У цей період формується характерний вигляд простору «сміслової невизначеності» (за висловом С. Жижека [4]), де важко виявити деякі культурно та історично зумовлені ймовірності й тенденції, що стають панівними й закладають певні основи наступного циклу еволюції соціуму і його культури. У філософських екстраполяціях постмодерну (як уже згадувалося вище), одним з типів просторів «сміслової невизначеності» виявляється також й інформаційний простір. Проте, це є одночасно й вихід з імовірного глухого кута через універсалізацію; підхід, що сполучає нібито раніше різноманітне й дає новий поштовх для вивчення неосяжного.

У межах диференційних підходів традиційно вибудовувались певні парадигми взаємопов'язаних ознак (або властивостей) об'єктів дослідження. Так, серед функцій мас-медійної системи лінгвосоціопсихологами (зокрема, науковою школою Т. М. Дрідзе) [9], соціальні психологи та психолінгвісти виділяли такі функції:

- комунікативну (зокрема, смислопороджувальну);
- інтегративну (афіліативну або «егозахисну»);
- мотиваційну (інтегровану з базовими цінностями);
- ціннісно-орієнтаційну (зокрема, розвивальну);
- адаптаційну (соціалізаційно орієнтовану);

- організаційну (універсалізаційну);
- системоформувальну (з контрольно-оцінковими елементами).

Якщо виходити з того, що соціокомунікативні орієнтації визначають загальну соціальну спрямованість і активність особистості, її позиції в соціумі й адаптаційні можливості, то можна констатувати, що всі вищевказані функції, включаючи адаптаційну та інтегративну (афіліативну), виконують смислорозпізнавальну й смислоформувальну роль, а отже, є глибинно комунікативними за своєю природою. Таким чином, проблема простору «смисловий невизначеності» є надуманою й породженою самими людьми, переважно причетними до цього простору [6], які продукують у ньому тексти, виходячи з власних сенсів.

Початок ХХІ ст. був позначений активізацією взаємодій у мультикультурному інформаційному просторі. Для визначення індивідуальної активності особи в середовищі мас-медіа (включаючи соціальні мережі) як метарівні таких взаємодій у дослідженнях сучасної теорії масових комунікацій усе ширше вживають поняття «метадискурс мас-медіа» [10]. Якщо визнати метадискурс масової комунікації гносеологічним фактом і трактувати його як мету пізнання, як надбані в результаті сприйняття, усвідомлення та опису окремих фрагментів соціальної реальності в певному часово-просторовому інтервалі *знання* про суть цієї реальності, частково віртуальної, або «гіперреальності» (за Ж. Бодріаром), то можна спробувати сформулювати концептуальні засади вивчення метадискурсу масової комунікації в площині семасіологічного підходу (певні засади якого, як було наголошено вище, були закладені ще Т. М. Дрідзе та розвинуті її послідовниками).

Для «гіперреального» (віртуального, відображеного) «Я» характерний цілий комплекс уявлень людини про себе – внутрішньої готовності до персоніфікації певного змісту перед іншими, що складається на засадах відомих або передбачуваних оцінок себе іншими людьми, і своїх реакцій на ці реальні або передбачувані оцінки. Воно також може бути різною мірою адекватним реальному «Я» в його класичному розумінні К. Роджерсом [8]. Як відомо, реципієнт будь-якої інформації (будь-то *homo communicativus*, який перебуває під постійним впливом мас-медійного контенту, або персоніфікований суб'єкт) повинен бути досить вимогливим і володіти навичками відбору та фільтрації інформації в процесі формування свого власного інформаційного поля [11]. Суб'єктивні оцінки реакцій інших людей на одну й ту саму інформацію часто бувають малопередбачувані, як бувають малопередбачувані й люди в своїх поведінкових реакціях. Крім того, «гіперреальне» (відображене у певних структурах «Я» і дискурсивних практиках) може не лише коригувати інтрасуб'єктне «Я», а й зайняти стосовно нього альтернативну позицію.

У разі визначення диспозицій особистості в інформаційному просторі як таких, що потребують диференційного підходу, останній може бути використаний і для зіставлення потреб особи як персоніфікованого

суб'єкта медіакомунікацій та як члена «інтерпретативної спільноти», що є перехідною формою «співучасті» від типу «медійної особистості» (як одиниці масових аудиторій традиційних медіа) до засвоєння засад персоніфікації та інтерактивності, що переростає в партиципацію [13]. Хоча в разі добре «відрегульованих» та врівноважених соціальним досвідом реакцій прагнення до уособлення (персоніфікації) може загалом виступати потужним фактором конформізму, включення людини в систему соціального, а також особистісного контролю над реальними соціальними зв'язками й відносинами. Соціальними детермінантами формування відображеного в «Я»-«гіперреальному» завжди будуть мікросередовище спілкування й первинні групи, до яких входить або в яких виховувався (соціалізувати) індивід, а також референтні (у тому числі еталонні) для нього групи; психологічними ж детермінантами тут виступають стійкість психіки, витривалість щодо масштабів імпаكتу (impact) тих масивів інформації, які сприймає індивід; афіліативні схильності та його інтерпретаційні можливості (ступінь, вміння і бажання «приєднання» до групи, його можливості смислопокладання, спрямованості ціннісних орієнтацій тощо).

Висновки. Накопичення даних для аналізу світових систем медіакомунікації в межах вирішення проблем глобальної модернізації в соціології, журналістиці, комунікативістиці та соціо- та психолінгвістиці кінця ХХ ст. викликало хвилю найрізноманітніших теорій і концепцій комунікативних відносин, але між ними було відзначено й певну схожість: практично всі вони виходили із спрямованості комунікативних інтенцій від комунікатора до реципієнта – як об'єкта та адресата інформації. Це було зумовлено загальним тлом соціокомунікативних відносин і тим типом, за висловом Ф. Джеймсона (Jameson), «культурних конотацій» [16], які зосереджують дослідника переважно на досвіді, а не на розвитку. Екстраполяція векторів соціальних і політичних процесів на комунікативні середовища протягом другої половини ХХ ст. створювала атмосферу «панування ЗМІ» і вимагала напрацювання науково-теоретичного осмислення та оптимізації соціальних практик, які були б спрямовані на виконання пропагандистських завдань. Пізніше починає вибудовуватись новий тип більш індивідуально орієнтованих відносин у медіакомунікативному просторі. Це вимагає також нових підходів і до аналізу емпіричного матеріалу та загалом застосування підходів універсалізації та диференціації як базових соціологічних тенденцій вивчення соціокомунікативних відносин та змін у процесах інформаційного обміну.

Список використаної літератури

1. Ван Дейк Т. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. с англ. Москва: ЛИБРОКОМ, URSS, 2013.
2. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуриации / пер. с англ. 2-е изд. Москва: Академический Проект, 2005. 528 с.
3. Джейкобс С. Ч. Нейроменеджмент / пер. с англ. Киев: Companion Group, 2011. 208 с.

4. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального / пер. с англ. Москва: Фонд «Прагматика культуры», 2002. 160 с.
5. Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. Москва: МедиаМир, 2012. 188 с.
6. Конец журнализма. Version 2.0. Индустрия, технология и политика / пер. с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2016. 308 с.
7. Робертсон Р. Глокалізація: часопростір і гомогенність-гетерогенність. *Глобальні модерності* / за ред. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона; пер. з англ. Київ: Ніка-Центр, 2008. С. 48–73.
8. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. Москва: Прогресс: Универс, 1994. 480 с.
9. Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Москва: Изд-во Ин-та социологии РАН, 2000. Кн. 1, 2.
10. Сусская О. А. Медиадискурс в мультикультурном информационном пространстве. Киев: SIK GROUP, 2018. 272 с.
11. Суська О. О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору аудиторії в умовах сучасного соціокультурного середовища: монографія. Київ: ДАККіМ, 2003. 188 с.
12. Суська О. О. Методологічні преференції та дифузії в сучасній соціології мас-медіа. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. № 2. С. 119–131.
13. Суська О. О. Соціокультурологічний та неофункціоналістський підходи до вивчення мультимедіатизації та персоніфікації інформаційного обміну. *Галузеві соціології в умовах глобальних змін і суспільних трансформацій: зб. наук. статей до 25-річчя кафедри галузевої соціології КНУ ім. Т. Шевченка* / упоряд. А. О. Петренко-Лисак, В. В. Чепак (вип. ред.). Київ: Каравела, 2017. С. 198–208.
14. Талеб Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / пер. с англ. Москва: Азбука Аттикус, КоЛибри, 2014.
15. Bryant J., Thompson S. *Fundamentals of Media Effects*. Boston, 2002.
16. Jameson F. Postmodernism: the cultural logic of late capitalism'. *New Left Review*. 1984. 146 (July-August). P. 53–92.
17. Rogers E. *Elements of Diffusion. Diffusion of Innovation*. New York, 1995.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2019.

Сусская О. А. Методологическая антиномия универсализации и дифференциации в изучении дискурса массмедиа

В статье рассматривается проблема использования антиномии универсализации и дифференциации как важных методологических подходов к изучению метадискурса массовой коммуникации. Используя как наиболее популярный общенаучный метод системный анализ, ученые не всегда оценивают всю полноту его возможностей и скрытых в нем неантагонистических противоречий (антиномий). Одной из таких глубинных методологических антиномий является неантагонистическое противостояние универсализации и дифференциации. В частности, рассмотрено, как эта антиномия подтверждается и реализуется в изучении дискурса масс-медиа как совокупности медиакоммуникационных практик.

Ключевые слова: *масс-медиа, коммуникация, методология, социология, медиадискурс.*

Susska O. Methodological Antinomy of Universalization and Differentiation in Mac-Media Discourse Study

The article deals with the problem of using the antinomy of universalization and differentiation as important methodological approaches to the study of metadiscourse of mass communication. Using as the most popular general scientific method system analysis, scientists do not always appreciate the fullness of its capabilities and hidden in it non-anthonic conflicts (antinomies). One of these in-depth methodological antinomies is the non-anthonic conflict of universalization and differentiation. In particular, the purpose of this article is to consider how this antinomy is true in the study of the mass media discourse as a set of media communications practices.

The generalization meaning of the differentiation methodology, which is realized in many sciences in the differential approaches that (as they do) lie on the surface, is mainly due to the pragmatism and influence of the empiric. This leads to inhibition and limitation of the use of multidisciplinary, excessive accentuation of the practical application of researched results.

In procedures for the development of multiple characteristics of communication spaces in the «knowledge society» meta-journalism is born as a model of the classical journalistic process, which, in a globalized space, not only brings together its representatives irrespective of state borders and geographical distances, but at the same time gives the opportunity for privacy and the creation of small networks and small groups. Similarly, it is important that, among the theoretical postulates of system analysis, it is possible to implement, with the greatest consistency and completeness, one of the main functions of scientific theory – integrating, which allows combining into a single scientific system all the diversity of theoretical and empirical data, giving them a systematic and in-depth interpretation.

Key words: *mass media, communication, methodology, sociology, media discourse.*

УДК 316.7

В. М. ЩЕРБИНА, В. Л. ЩЕРБИНА

КОНЦЕПТИ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛІЗМУ ТА БАГАТОУКЛАДНОСТІ В ПРОЦЕСАХ ТЕОРЕТИЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ ТРАНСФОРМАЦІЙ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглянуто проблему забезпечення цілісності сучасного суспільства в умовах його історичної трансформації. Аналіз проблеми побудовано, спираючись на ідею Е. Дюркгейма про суспільну солідарність як основу суспільного життя загалом. Запропоновано концепцію культурної багатоукладності. Культурне середовище, в якому відбувається процес соціалізації конкретного індивіда, є процесуальною єдністю видів діяльності, орієнтованих на різні культурні уклади. Вони присутні в середовищі соціалізації як конкретна синтетична модель та визначають характер цього середовища, на відміну від інших соціальних середовищ.

Ключові слова: суспільство, соціалізація, культура, мультикультуралізм, культурний уклад.

Як забезпечити цілісність суспільного життя, забезпечити порядок в умовах історичної трансформації системи соціальної організації суспільства й пов'язаного із цим визволення людини, щоб прогрес при цьому не зупинився? Ця проблематика спочатку лежала в основі всіх проектів наукового осягнення життя суспільства. Класик світової соціальної думки Е. Дюркгейм вважав, що цивілізаційний виклик полягає в тому, як поєднати в соціальному житті індивідуальне визволення людини та необхідність її життя в складі спільноти. На його думку, визначальну роль у цьому процесі відіграють культурні практики.

Якщо індивідуалізація нічим не стримується, досягає своїх меж, то людей уже нічого не тримає разом. Ми спостерігаємо необмежену конкуренцію, яка із часом вибухає в конфлікти й «війну всіх проти всіх». Однак зупинити індивідуалізацію – це означає зупинити соціальні трансформації, перехід до нової системи організації суспільного життя. Така можливість існує лише умоглядно, у формі уявлень чи ідеологічних конструктів. Реальна історія свідчить, що форми суспільного життя постійно розвиваються, цей процес супроводжується кризами й розпадом колишніх систем суспільної організації, і повернутися до попередньої системи життя суспільства навіть при всьому бажанні неможливо. Тому проблему суспільної організації, що робить можливим поєднання індивідуального та колективного в житті людей, доводиться вирішувати щоразу по-новому, створюючи для цього більш сучасні комплекси культурних уявлень.

Зокрема, Е. Дюркгейм розробив систему понять і категорій для опису цього процесу, запропонувавши дві моделі поєднання індивідуального й колективного.

Перша модель передбачає, що колективне та індивідуальне в житті існує одночасно. Люди, об'єднані спільним інтересом розвитку, окремі індивіди потрібні один одному як носії тих якостей, властивостей, якими не володіють самі. Вони синтезуються в такий стан громадського життя, яке він називав «органічною солідарністю». Солідарність – це те, що тримає суспільство разом, і при цьому кожна людина, будучи відмінною за соціальними якостями від інших, займає в цій системі солідарності своє місце. Це схоже на функціонування організму, де в кожного органу є своє чітко визначене місце в єдиному цілому. У добу розвитку індустріалізму Е. Дюркгейм приділяв велику увагу професії, оскільки вона визначала те, яку цінність людина має для суспільства. Для здійснення солідарності необхідна певного роду система ціннісних і нормативних уявлень, якими керуються люди в своїй поведінці. Органічна солідарність передбачає, що розвиток кожного індивідуума як елемента цього громадського тіла сприяє соціальному прогресу, оскільки приносить йому користь. Індивідууми отримують престиж у соціумі, роблячи те, що потрібно всім; адже якби вони робили щось марне, ми навряд чи стали їх поважати. Їх індивідуальна творчість отримує, таким чином, гідну оцінку. Іншими словами, щоб індивідуальні досягнення цінували, як це не дивно, повинен існувати якийсь колективний консенсус із цього приводу. Ми як колектив повинні бути впевнені в тому, що цінуємо певні індивідуальні досягнення. Якщо ж його немає, то кожен починає поважати власний успіх, відчуваючи до оточення, насамперед, підозру і заздрість. Е. Дюркгейм навіть казав, що в сучасному соціумі, суспільстві з органічною солідарністю, повинен зміцнитися так званий культ індивіда. Ми як колектив повинні вірити в цінність людської індивідуальності.

Інша модель передбачає, що колективне та індивідуальне життя не можуть існувати одночасно, що вони змінюють одне одного в часі. Це означає, що основну частину часу ми живемо своїм звичайним приватним життям і ні в яке колективне життя не залучені. Але час від часу виникають якісь колективні події, що збуджують у нас те, що Е. Дюркгейм називав «колективними емоціями». Емоційна складова захоплює нас, і завдяки їй ми усвідомлюємо себе частиною колективу. Іншими словами, соціальний порядок підтримується моментами інтенсивного колективного життя, за словами класика, «бурлінням колективних почуттів». Ці почуття, викликані незвичайною, з погляду повсякденності, поведінкою, із часом слабшають, але ми все ж продовжуємо відчувати їх у собі.

Для Е. Дюркгейма типовим прикладом точок кипіння колективних почуттів є значущі для тієї чи іншої спільності свята, які люди відзначають разом, вириваючись зі звичного повсякдення, коли вони здатні переходити якісь звичні межі. Це бурління колективних почуттів залишає тривалий слід, який поступово вщухає, але деякий час тримає нас разом, а потім відбувається переактуалізація, і завдяки цьому суспільство продовжує існува-

ти як стійка єдність. Саме в ці моменти закріплюються соціальні цінності: розуміння того, у що люди вірять, заради чого вони живуть, заради чого їм варто жити, формуються переконання, заради яких люди насправді готові діяти. У ці періоди відбувається трансформація соціальних поглядів людей, вони засвоюють глибокі вірування й переконання, які в подальшому керують їхньою поведінкою.

В обох моделях необхідно, щоб обидва засоби життя були міцними – як колективний, так і індивідуальний. Ці моделі просто розрізняються тим, як саме вони функціонують. Можна по-різному уявляти собі їх співвідношення, але обидва засоби життя необхідні.

Перша модель Е. Дюркгейма краще описує ліберальні демократії такими, як вони формувалися в ХІХ ст. У них ліберальний компонент, відповідальний за свободу й розвиток, поєднується з компонентом демократичним, відповідальним за колективне самоврядування та встановлення умов для індивідуального розвитку, колективну турботу про те, щоб кожен з нас міг розвиватися як особистість. Це добре можна проілюструвати працею А. де Токвіля «Демократія в Америці», що стала хрестоматією ліберально-демократичного ладу. У ній автор у подробицях показує, як відбувається синтез двох елементів. З одного боку, є елемент ліберальний. А. де Токвіль зазначає, що немає такої країни, в якій любов до власності була б така сильна, як у США. З іншого боку, він постійно підкреслює, що для американців властива абсолютно неймовірна пристрасть до того, щоб вирішувати всі питання на зборах. Саме на них і виробляється та сама солідарність, завдяки якій цінують індивідуальну свободу й досягнення, індивідуальний внесок у суспільне благо, власний успіх. Повага до прав людини виникає з колективної боротьби за ці права, воно не з'являється просто так, не звалюється з неба. Тільки в тому випадку права іншого можуть виявитися важливі для мене, якщо вони колективно завойовані, якщо вони значущі для всіх нас. Твої права чомусь повинні бути важливі для мене, і для цього між нами повинно бути щось спільне, нам повинно бути не все одно. Тому А. де Токвіль говорить, що для свободи (тобто ліберального компонента) публічні збори – те ж саме, що школи для науки, фундамент, без якого обійтися не можна.

Друга модель Е. Дюркгейма більше відповідає сьогоденню, коли стійкі ліберальні структури демократій стають усе слабше. Люди все менше беруть участь у громадському житті, слабшають професійні асоціації – практично скрізь вони заміщаються менеджерами, адміністраторами, які отримують усе більше влади. Люди все менше часу проводять разом, навіть комунікація між близькими людьми зараз усе частіше здійснюється через соціальні мережі. Відбувається розрив соціальних зв'язків і виникає їх нова конфігурація – спільноти індивідів, пов'язаних між собою нестійкими інтересами, ситуативні спільноти тощо. У такому середовищі є все більше потенціалу для спонтанних, лавиноподібних мобілізацій. Ці спільні

дії не схожі на звичні форми колективних об'єднань. Вони майже ніколи не закінчуються створенням формальних асоціацій, партій або якихось звичних соціальних структур. У них є якісь устремління, переконання, цілі, які вони переслідують, але вони це роблять зовсім інакше.

Раніше будь-яка мета такого роду могла бути вирішена створенням хоча б більш-менш інституціоналізованої структури, в якій були відповідальні особи, на яку можна було працювати, яка б що-небудь вимагала, працювала організовано, з правилами членства. Не обов'язково було належати до цієї структури, навіть не маючи формального членства, індивід займав певне становище щодо неї. Сьогодні виникли нові соціальні спільноти, які діють практично без будь-якої структури, вони влаштовані як «флешмоби» (за визначенням Г. Рейнгольда, «розумні натовпи»). У них є певні лідери, але вони або випадкові, або швидко змінюються. І цілком зрозуміло, що справа тут не в лідерах і не в структурах: в процесі глобалізації виникли нові ресурси й нові ідентичності, що ослабляють колишні соціальні зв'язки і культурні ідентичності. У їх межах люди координують самі себе й розуміють самі себе краще, ніж їхні лідери, і такі нові спільноти зовсім інакше організовані.

Нові рухи викликають у людей сильне почуття причетності до певного колективного руху. Вони можуть досягати або не досягати своїх цілей, але, незалежно від цього, вони так чи інакше загасають, зникають або, можливо, трансформуються в якийсь наступний рух. Так чи інакше, у світі виник новий феномен, що не описаний старою системою соціальних понять і категорій, орієнтованих на спільноти, що були організовані у вигляді національно-державних інституцій. Чи є ці нові феномени провісниками нового постнаціонального етапу організації життя народів, або ж це прояв сучасної кризи, упоравшись з якою, світ повернеться до колишньої форми національно-державної організації? На це питання відповідь дасть практика нового циклу історичного розвитку, на початку якого ми сьогодні перебуваємо. Однак самі ці процеси вивчають уже досить тривалий час, формуються нові концепції й теорії для їх вивчення. Одним з таких концептів виступає мультикультуралізм.

Мультикультуралізм є предметом досліджень практично всіх соціальних наук сучасності. Феномен мультикультурності як особлива соціальна реальність пов'язаний з тим, що процес новітньої глобалізації зіткнув «обличчям до обличчя» народи всієї планети, створивши виклик їх культурної ідентичності. На наших очах розвивається новий соціокультурний процес безпрецедентної інтеграції життєвих світів людей, що належать до різних культур, які володіють різними цінностями, традиціями, звичаями. Ця інтеграція породжує безліч практичних проблем, вирішити які, спираючись на корпус гуманітарного знання, сформованого в колишніх історичних умовах, навряд чи можна, адекватно природі цих проблем. Це створило виклик уже не практичного, а науково-пізнавального рівня, сформувало

запит на нові концептуальні бачення феноменів культури й процесів культурутворення, сприяло виникненню відповідного концептуального апарату.

У процесі дослідження пов'язаних із цим різних аспектів глобалізації виник і набув поширення термін «мультикультуралізм». Будучи на перших порах поняттям, що розвивається відповідно до нового цивілізаційного феномену, цей термін набув поширення в предметних галузях різних наук про людину й суспільство. Як зазвичай буває з новими науковими концептами, у предметних галузях різних наук мультикультуралізм був наділений безліччю смислів, пов'язаних з різними аспектами рефлексії над глобалізаційними процесами, що відбуваються в усіх сферах життя сучасних спільнот. Відповідно до цього виникає корпус теоретичного осмислення вивчення мультикультуралізму в різних сферах гуманітарного пізнання. Тому не дивно, що між теоретиками і практиками, які вивчають це явище, у наш час відсутній єдиний підхід до розуміння мультикультурних процесів.

Актуальності вивчення проблематики мультикультуралізму надають глобальні міграційні процеси, що на переломі тисячоліть відчуються як найпотужніший дестабілізуючий чинник сучасної міждержавної взаємодії й соціального «порядку». Глобалізацію розуміють як фактор дестабілізації, оскільки в межах національних держав імміграція набуває проблемної форми не стільки через складнощі інтеграції «свого» й «чужого» (цей досвід добре відомий у різних національних і культурних традиціях), скільки через обсяг, масовість імміграційних потоків, що змінюють у порівняно короткі терміни етнокультурний і соціальний вигляд історично сформованих національних утворень. Наростання імміграційного тиску на західноєвропейські держави та інші індустріально розвинені країни світу в останні кілька десятиліть ХХ ст. настільки велике, що ні національна держава (в її звичному розумінні), ні її центральна культурна система (Е. Шілз) впоратися з потоком мігрантів у повному обсязі і в звичному інтеграційному, асиміляційно-діспаритетному модусі вже не можуть. Це означає, що колишні форми міжкультурного, міжетнічної взаємодії між національною більшістю та меншинами потребують серйозної трансформації. Насамперед, потрібний пошук оптимальних алгоритмів міжгрупової взаємодії, а також зміна характеру відносин між державою, її інституціями й різними групами населення. У цьому сенсі розвинені форми демократичного правління, організації політичної, соціально-економічного, культурного життя, а також творчої ініціативи індивідів і соціальних колективів у західних суспільствах є корисним і вельми продуктивним придбанням певного типу цивілізації (М. Вебер). Проте в наявності криза цього типу цивілізації, у спробах рефлексій над яким виникають нові концептуальні побудови, спрямовані як на реінтерпретацію відомих уже підходів, так і на створення нових, які надають змогу охопити думкою нові реалії початку ХХІ ст. Однією з таких реалій є феномен мультикультуралізму.

Концепт «мультикультуралізму» застосовують до вивчення практично всіх аспектів суспільного життя, що породжує неоднозначні трактування цього поняття. У зв'язку із цим перед дослідниками вже тривалий час стоїть завдання описати, що саме мають на увазі під мультикультуралізмом [1]. Синтез отриманого знання можливий, на наш погляд, на підґрунті культурології, що охоплює методологічні можливості соціально-філософського знання. Теоретична концепція мультикультуралізму не визначена, проте дце концепт дуже популярний у різних галузях наукового знання, оскільки визнає цінність кожної культури, її унікальність, неповторність, неможливість ранжирування культур за певними ознаками. Мультикультуралізм є такою концепцією, яка спрямована на запобігання зіткненню культур за допомогою єдності цінностей, розвитку ідей толерантності щодо «Іншого». Припускають також, що мультикультуралізм – один із способів запобігання наслідкам глобалізації.

З позицій підходу, запропонованого кембриджським соціологом Г. Терборном, потрібно розмежовувати низку сформованих традицій використання концепту «мультикультуралізм». Він вважає, що поняття «мультикультурність» і «мультикультуралізм» вживають зазвичай у трьох контекстах. «Один з них політичний, у рамках якого наводять аргументи “за” чи “проти” політики мультикультуралізму та відповідного способу управління, причому як прихильники, так і противники користуються цим терміном. Саме в цьому контексті в Канаді в 1960-х рр. і зародилося це поняття. Інший контекст – емпіричний, дескриптивний, або аналітичний. Він має місце в наукових працях і в громадських дебатах, які зачіпають різні прояви культурної неоднорідності суспільства, і найбільш тісно пов'язаний з появою “мультикультурних суспільств”. Третій контекст належить до соціальної й політичної філософії, до питань соціального та політичного порядку й прав людини в умовах неоднорідності культури того чи іншого суспільства» [2]. Г. Терборн дотримується третьої концепції, виходячи з того, що вона передбачає не лише процес інтеграції іммігрантів, а й збереження культурного різноманіття.

У сучасній науковій літературі можна також зустріти думку, згідно з якою мультикультуралізм пов'язаний з певною концептуальною позицією у сфері політичної філософії та етики, яка втілена в правових нормах, а також відображається на суспільних інститутах, у повсякденному житті людей. Суть цієї позиції полягає у визнанні необхідності «забезпечити підтримку культурної специфіки і можливості індивідуумів і груп повноправно брати участь у всіх сферах суспільного життя...» [3]. У цьому баченні мультикультуралізм виступає підставою особливої державної політики щодо розвитку культурного розмаїття суспільства. В оптиці соціокультурного бачення феномена мультикультуралізму він постає як сукупність ідей, цінностей, поведінка соціальних суб'єктів, спрямована на розвиток різних культур, подолання негативного ставлення груп населення одна

щодо одної в усіх сферах суспільного життя, створення однакових соціальних умов при працевлаштуванні, здобутті освіти тощо. Так чи інакше, у межах описаних вище підходів, мультикультуралізм розуміють як процес взаємодії різних культур, що володіють своїми особливими цінностями, традиціями й звичаями, які заслуговують визнання та підтримки в громадських практиках. Іншими словами, мультикультуралізм у цьому випадку бачиться як новий позитивний початок суспільного життя, що відкриває нові можливості в умовах наростання процесів глобалізації. Однак існує інший підхід, відповідно до якого мультикультуралізм – це концепція, що описує пов'язану з глобалізацією загрозу культурним підставам життя спільнот. Із цього погляду, мультикультуралізм викликає «страх перед змішуванням культур», упровадження практик мультикультуралізму в усі сфери суспільного життя може призвести до втрати унікальності культур.

Прийнята також і політична точка зору, згідно з якою мультикультуралізм потрібно розуміти як сферу практичних розробок законодавчих і виконавчих органів державної влади. Цей підхід розглядає мультикультуралізм як унікальну ідеологію, яка повинна знаходити своє відображення в державних програмах, правових актах щодо представників культур більшості й меншостей. Крізь призму такого бачення мультикультуралізм – це політична ідеологія, що забезпечує одну з функцій держави як суспільного інституту. Практичні його наслідки полягають у забезпеченні рівності всіх національностей, які проживають на одному просторі.

У мультикультурній політиці країн Західної Європи можна виділити два полюси – полюс «виключення» і полюс «включення» в нову соціокультурне середовище. Це один з різновидів політики адаптації мігрантів, який дістав назву «стримана інтеграція», що передбачає, з одного боку, збереження культури національної більшості, з іншого – формування толерантного ставлення до культури меншин, почуття єдиної громадянської ідентичності, яка перешкоджає зникненню кордонів національної культури держав. Переваги мультикультуралізму в такому разі бачать у збереженні різноманіття культур, захисту національних меншин, відмові від шовінізму, расизму, екстремізму та інших негативних проявів сучасної масової свідомості. Із цього погляду, теорія мультикультуралізму визначає його сутність як вільний розвиток культурних і етнічних особливостей національних груп; виховання почуття толерантності до «Іншого»; єдиний доступ до різних ресурсів; свобода прояву своєї етнічної приналежності; відмова від расизму, ксенофобії та шовінізму.

Поняття мультикультуралізму вчені пов'язують і з такими поняттями, як «полікультурність» і «монокультурність», вважаючи їх поняттями однієї концепції. Полікультурність і монокультурність передбачають панування однієї культури при різноманітті культурних норм і цінностей, що використовують у повсякденному житті різні етнічні групи, спільно формують унікальну культурний простір. У процесі розвитку теми мультику-

льтуралізму сформувалася також і така думка, згідно з якою цей феномен потрібно розглядати в контексті відмінностей між полікультурним / монокультурним і мультикультуралізмом, де мультикультуралізм – це плюралізм різних культур у єдиному просторі без панування будь-якої домінуючої культури.

У більш широкому, філософському аспекті, мультикультуралізм розглядають як концепцію, яка стверджує діалог культур як соціальну норму. Відповідно до цього підходу, головним принципом діалогу є культурна толерантність як одна з умов запобігання міжнаціональним конфліктам і визнання суб'єктами цінності «Іншого». Мультикультуралізм у культурологічному та соціологічному контекстах має на увазі переосмислення концепції «монокультуралізму». У цьому сенсі мультикультуралізм є теоретичною й практичною установкою, яка спрямована на вирішення проблеми співіснування різних культур з різними системами цінностей у загальному просторі взаємодії. Так, в основі підходу Ч. Тейлора [4] лежить проблема унікальності й індивідуальності особистості в соціокультурному просторі. Ідентичність, яка формується в культурному середовищі, де присутні множинні комплекси соціо-нормативного регулювання, з метою запобігання конфліктності повинна формуватися з урахуванням норми всіх цих комплексів, тобто «інших» культур. Мультикультуралізм, з позиції Ч. Тейлора, є певною формою самоствердження, яка виражає не прийняття норм іншої культури як власних, а мирне підкреслення своєї унікальності та неповторності [5]. Із цього можна зробити висновок, що різноманіття культур є фундаментом розвитку суспільства. Однак у такій ситуації індивід змушений, розвиваючи власну ідентичність, водночас пристосовуватися до носіїв інших ідентичностей, визнаючи їх право на нормативну й культурну рівність.

Мультикультуралізм може формуватися лише на основі діалогу, заснованого на пошуку загальних стратегій і механізмів з партнерства та визнання культур. Для мультикультуралізму важливі як розвиток унікальності кожного індивіда, так і збереження цілісності суспільства шляхом зняття напруженості через взаємовизнання й діалогічність. Філософською підставою мультикультуралістських концепцій є теорія діалогу, зокрема концепція М. М. Бахтіна. Він виходив з того, що лише у взаємодії із середовищем, з іншими людьми в індивіда починають складатися характеристики, що дозволяють стати особистістю. Головним у його теорії є поняття «Інший», оскільки особистість є особистістю лише в співвіднесенні себе з «Іншим». Паралельно із цією концепцією розвивається напрям, де мультикультуралізм поєднує в собі лібералізм і комунітаризм. У межах цього підходу мультикультуралізм розуміють як сукупність комунітаристських ідей, заснованих на прагненні до єдності між культурами, повазі особистих прав і свобод, а також толерантності до «Іншого суб'єкта». Проблеми мультику-

льтуралізму стимулювали розвиток теорії мультикультурного громадянства У. Кімліки і теорію толерантності філософа-комунітариста М. Уолцера.

У. Кімліка вважає, що доступ людей до соціальних ресурсів може привести до нерівності в їхньому становищі в тому випадку, якщо індивіди заслужили це нерівне становище в суспільстві з різних причин, а все, що не пов'язано з результатами діяльності індивіда, не варто розглядати як нерівність. Цю ситуацію вважають справедливою [6]. Головний висновок теорії У. Кімліки: не можна вважати проявом нерівності належність до тієї чи іншої нації, віросповідання, статі, світогляду тощо.

М. Уолцер розвиває прямо протилежну теоретичну інтерпретацію проблеми. Предметом його дослідження є терпимість, тобто мирне співіснування груп з різною культурою, мовою, історією. Завдяки толерантності такий процес стає реально можливим. М. Уолцер виходить з того, що терпимість є необхідною умовою врегулювання міжнаціональних конфліктів, що виникають на підґрунті ксенофобії та екстремізму. Мультикультуралізм є тісно пов'язаним з глобалізацією. Процеси глобалізації формують єдиний простір, в якому взаємодіють різні етнічні та расові групи, а отже, підвищується конфліктність, для зниження рівня якої потрібний ефективний мультикультурний підхід. Індивіди, незалежно від їх расової, етнічної належності, об'єднуються в групи для захисту та підтримки своїх прав на спільне існування. Відповідно до логіки М. Уолцера, толерантність є соціально значущою лише за умов підтримки державою добре розробленої мультикультурної політики. У процесі розвитку соціально-філософської рефлексії над процесами глобалізації та пов'язаних з ними культурних трансформацій виник ліберал-комунітаристський підхід, який дістав назву «деліберативна політика». В основі деліберативної політики лежить комунікація, яка будується на основі співпраці, на здіності вибудовувати відносини з «Іншим».

Наприклад, комунікативний підхід у вивченні мультикультуралізму Ю. Габермаса можна вважати підґрунтям для розробки етики дискурсу [7]. Він доводить, що моральні принципи й оцінки, що виробляються демократичним суспільством, є «майданчиком» для раціонального комунікативного дискурсу. Такий дискурс є відкритим і доступним для всіх.

Важливе місце у формуванні дискурсу мультикультуралізму посідає проблема формування й вивчення толерантності, оскільки без цього неможлива політика її практичної реалізації. Вельми відомою із цього приводу в пострадянській філософії є класифікація В. А. Лекторського, який запропонував розрізнити чотири форми толерантності: толерантність як байдужість; толерантність як неможливість взаєморозуміння; толерантність як поблажливість; толерантність як повага до іншої культури [8]. «Толерантність як байдужість» – нестійкий тип толерантності, проста сукупність різних думок, культурних установок, традицій, цінностей. Проте цей тип прагне до компромісу та стимулює появу цінностей плюралізму. «Толерант-

ність як неможливість взаєморозуміння», що визнає різноманіття культурних відмінностей, пов'язана з переконанням про культурну рівноправність. Вона передбачає здатність розуміти слабкості інших, включаючи їх недосконалі погляди, навіть при прихованому презирстві. «Толерантність як повага до іншої культури» визнає не лише різноманіття культур, а й стверджує, що різноманіття сприяє культурному розквіту. Результат такої толерантності – формування єдиного культурного простору. Толерантність слід розуміти як терпляче ставлення до представників інших культур, відмову від насильства з причини етнічної та релігійної ознаки, а також визнання рівності й свободи індивідів. Вона передбачає прийняття представників інших культур такими, якими вони є, уміння вибудовувати відносини на основі партнерства, згоди та взаєморозуміння. Особливої актуальності набуває етнічна толерантність, яка є складовою мультикультуралізму, і визнає рівноправність культур в умовах глобалізації.

Мультикультуралізм не варто розглядати як статичний стан, остаточний результат глобалізації. Цей феномен пов'язаний з особливою стадією розвитку суспільства. Глобалізація призводить до зближення, локалізація – до відштовхування, синтез двох процесів формує глокалізацію як новий формат людських відносин, зокрема в культурному просторі. Із цього погляду, міжкультурна взаємодія пересувається в своєму розвитку через такі стадії: 1) мультикультуралізм; 2) культурна глобалізація; 3) культурна глокалізація.

У ситуації підвищеної міжкультурної взаємодії необхідно сформува-ти ефективну мультикультурну політику, спрямовану на інтеграцію культурних цінностей на підвалинах толерантності, встановлення самих критеріїв «терплячості» і «нетерплячості». Ця політика передбачає стимуляцію розвитку як з боку суспільства, так і з боку держави, зокрема етнонаціональних комунікацій, адже на цьому підґрунті формуються позитивні щодо «Іншого», до мультикультуралізму, до толерантності й інших проявів глобалізації.

Поряд з розглянутими вище концепціями мультикультуралізму феномен багатокультурності можна розглядати також і на основі концепції культурної багатокладності, розробленої авторами цього тексту. Ця концепція передбачає, що головним аспектом вивчення, що виникає в контексті глобалізації культурної ситуації, є не історично сформовані культури як підстава ідентичності (як розуміється в етноантропологічному сенсі), а культурні уклади – історично сформовані середовища соціалізації індивідів.

Перш ніж перейти до розгляду цього підходу, варто зробити невеличкий методологічний відступ. Зміни, що відбулися в минулому і що відбуваються в сучасному світі, призвели до якісного збільшення чинників суспільного життя, рівнів його організації, до виникнення так званої «надскладності» (supercomplexity). «Надскладність» не можна описати наявним набором соціальних понять і теорій, оскільки вони мають

набором соціальних понять і теорій, оскільки вони мають евристичний потенціал, орієнтований на опис соціокультурних процесів меншого рівня складності, ніж виникають у процесі сучасної глобалізації. Це, у свою чергу, створює нові виклики для стійкості процесів диференціації та інтеграції зв'язків між людьми, що утворюють ці сучасні суспільства, адже вони об'єктивно стають носіями таких соціальних властивостей, які не фіксуються й не описуються традиційно використовуваними соціальними поняттями та категоріями. Уже звичною стала думка про те, що відтворення цілісності сучасних суспільств значною мірою стало залежати не стільки від процесів виробництва матеріальних компонентів життя або їх споживання, скільки від процесів комунікації. Ці складові єдиного процесу відтворення суспільства й людини в їх органічній цілісності концептуалізуються в пізнавальних практиках не стільки в їх єдності, скільки в їх відмінності, що надає змогу говорити про особливий тип суспільства – інформаційне або комунікативне.

Разом з тим чинники матеріального виробництва і споживання нікуди не зникли, вони справляють на формування соціальних порядків істотний вплив. Акцентування на відмінностях в способах відтворення соціальних порядків, суспільного життя як єдиного процесу, яке поділяється лише аналітично, призводить до того, що узагальнюючий образ сучасності не складається, спроби звести всю палітру суспільного життя до єдиного цілого утворює проблему, не приносячи бажаних результатів. Займаючи таку евристичну позицію, ми відтворюємо образ, що диференціюється, ускладнюється в реальності, і намагаємося діяти в напрямі перспективи такого ускладнення, доходячи часом до абсурду. Єдність суспільного життя в процесі його рефлексії розпадається на окремі фрагменти, які не тільки розрізняються в пізнанні, а й протиставляються один одному як особливі паттерни. Тому домінуючою інтелектуальною модою став пошук відмінностей всього і в усьому, і ця ситуація заглиблюється, внаслідок чого аналітичні дослідницькі концепти і перспективи домінують над синтетичними.

У результаті створюється враження, що синтез знань про процеси суспільного життя в їх єдності навряд чи можливий у принципі, а якщо й можливий, то він буде мати неодмінно суб'єктивний, релятивний і незначущий для практичних потреб характер. Як підсумок ми отримуємо абсолютно релятивістську картину суспільного життя, де будь-яка перспектива ціннісного позиціонування, навіть суто описовий дискурс, є виправданими і рівноправними з іншими, що доводить до абсурду саму ідею раціонального пізнання суспільства, яке постає простором «чистої гри». Проте подібна «слабкість» раціональності перед обличчям примножених «надскладнощів» сучасного світу, спроби занурення в повний релятивізм не скасовує запити на цілісну картину світу в реальній життєдіяльності, де конче необхідно приймати конкретні рішення і якимось чином утримувати цілісність власної особистості, хронотоп суспільного життя.

У цій ситуації актуалізуються альтернативні програми синтезу способу суспільного життя. Можна спостерігати спробу повернення до синтезу реальності, що розпадається, на основі використання міфопоетичних, а також релігійних метафор і концептів. Поряд із цим існує технопоетичне бачення перспективи майбутнього переходу до єдиної синкретичного кіберкомунікативного середовища, де питання про цілісну картину того, що відбувається в суспільстві, знімається завдяки можливості маніпулювання великими масивами даних з використанням штучного інтелекту.

Протиставлення цих підходів не є конструктивним за розглянутими вище причинами. На наш погляд, шукати шляхи до об'єднання цих підходів можна на шляху розвитку парадигми культурної багатокладності суспільства, згідно з якою традиційні, модерністські та постмодерністські практики соціальної рефлексії можна розглядати не як етапи, що змінюють один одного, а як перехід до нової стадії – гармонійної багатовимірності. Це не мультикультуралізм – політика, що спрямована на збереження й розвиток в окремо взятій країні і в світі загалом культурних відмінностей, і не «плавильний котел», що передбачає усунення цього різноманіття шляхом переходу до нового культурного середовища з іншими підставами, що раніше історично не існували.

Культурна багатокладність передбачає процес диференціювання елементів національних культур, що належать до різних культурних укладів (традиційного, модерного й комунікативного) та інтегрування їх на рівні національного цілого як єдиного життєвого середовища, орієнтованого на формування спільнот у реальних історичних умовах.

Із цього погляду, можна запропонувати ідеально-типову класифікацію способів багатокладності, що історично змінювалися. На першому етапі ці уклади перебувають у стадії становлення, на другому – на стадії домінування одного над іншими, нарешті, у наш час ми переживаємо історичний період, що вимагає переходу до нової стадії – рівноукладності (прообрази таких переходів можна знайти в історії становлення цивілізацій, проте це не входить до завдань цього розгляду). На першій стадії уклади розвиваються окремо один від одного в межах різних товариств і громадських груп, на другий – стають підґрунтям та знаряддям соціального домінування, постають у вигляді політико-ідеологічних конструктів, на третій – утворюють цілісний багатовимірний синкретичний соціокультурний простір.

Відповідно до концепції багатокладності, культура в суспільстві виникає у вигляді низки історично сформованих особливих різновидів організації життя людини – культурних укладів. На їх підґрунті формуються культурні середовища, де й відбувається соціалізація індивідів як соціальних акторів, агентів соціальної дії. У різних культурних середовищах відбувається соціалізація відповідно до специфіки різних культурних укладів, у результаті чого формуються багатовимірні процеси соціальної взаємодії,

що утворюють соціокультурні страти й суспільство загалом. Культурні середовища є історично сформованими динамічними конструктами, яким притаманні певні композиції рис різних культурних укладів.

Культурний уклад у цій концепції – це історично вироблений стійкий тип порядку організації та здійснення соціальної діяльності, змістовно наповнених нормативно-ціннісних конструктів, властивих соціальним групам і індивідам у процесі забезпечення їх життєдіяльності. Він втілений і відображений у матеріальних, духовних, організаційних і символічних атрибутах життя людей у складі конкретно-історичних спільнот. Культурологія й соціологія культури можуть використовувати це поняття як ідеальний тип, що вимірює конкретно-історичні конструкти, властиві соціуму, які розрізняються принципами побудови, способами обміну діяльністю, матеріально-технологічною підставою, типом цінностей і норм, соціально-історичною та просторово-часовою визначеністю.

Культурні уклади мають специфічні риси, що впливають на способи освоєння елементів культури суспільства, в якому живе індивід. Суспільство, норми, цінності – усе це розуміють і сприймають по-різному, незважаючи на те, що об'єктивно індивіди перебувають у єдиному процесі суспільного життя. Різні види соціальної діяльності припускають орієнтацію індивіда на той чи інший культурний уклад, однак усвідомлення цього в життєвих практиках відбувається далеко не завжди, що призводить до суперечностей у взаєморозумінні й навіть конфліктів.

Для архаїчного культурного укладу характерна безпосередньо колективна, позаособистісна, синкретична, ще не виражена у вигляді понять практика регулювання соціальної взаємодії. Ця практика усвідомлюється у вигляді фетишизування уявлень і анімістичних вірувань за відсутності визначених механізмів соціального регулювання. У межах архаїчного укладу факт життя в суспільстві усвідомлюється індивідом синкретично, разом з фактом його природного буття й не виокремлюється як самостійний предмет розуміння. Норми та цінності не рефлексуються як особливий предмет мислення. Індивід, який є учасником соціальних відносин, в архаїці не бачить себе як якісно окрему від інших істоту (групова свідомість), а соціальні чинники не є предметом осмислення в процесі соціальної взаємодії. Для індивіда, соціалізованого в межах такого устрою, суспільство не сприймається як деяка самотутня реальність, оскільки сам соціальний порядок у його життєвому середовищі не позначений як предмет відносин. Реальність і спілкування між людьми розуміються як продовження й частина їх безпосереднього природного буття.

Для традиційного культурного укладу характерна визначена система ціннісних уявлень, яка відокремлена в масиві культури як особливий компонент. Ця система представлена у вигляді міфологічних конструктів, що містять структуру суб'єктивної детермінації соціальних взаємодій в абстрактно-особистісної та групової формах. Суспільство розуміють як само-

бутньо існуючу, одвічну, особливу реальність – створений зовнішньою щодо людини силою порядок відносин між людьми, «місце єдності» всіх людей. Соціальна система й процеси соціальної взаємодії розуміють як ті, що існують незалежно та мають джерело походження поза людським життям – в Бозі, Космосі, законах природи. Норми, цінності та суспільні інститути розуміють у традиційному укладі як ті, що задані ззовні й незмінні, як ті, що визначають місце людини в світі, категоричні вимоги до її поведінки. Ставлення до них не передбачає критичності – від індивіда потрібно безумовне їх виконання. Процес створення елементів культури людьми розуміють як копіювання реалій, що існують поза людським життям.

Для модерного (індустріального) культурного укладу характерна соціальна взаємодія, опосередкована спільною виробничою діяльністю, яка передбачає раціональне виробництво загальнозначущих ціннісних конструктів і спільне відтворення норм. Суспільство розуміють у модерному укладі як об'єднавчу ситуацію спільної діяльності, як необхідний засіб, що вироблений самими людьми в контексті задоволення їх потреб і реалізації їх сутнісних властивостей. Для цього необхідно змінювати природні й суспільні умови життя – соціальну систему розуміють як таку, що історично розвивається в цьому контексті. Норми, цінності та суспільні інститути – у цьому випадку створювані в процесі спільної діяльності, мінливі, зрештою, залежні від стану суспільної практики. Культурні норми та зразки розуміють як такі, що конструюються й «перевіряються» на відповідність інтересам груп. Ці інтереси, у свою чергу, формулюються в процесі суспільної комунікації. Культура, із цього погляду, критично залежна від комунікативної сфери. Компетентність і адекватність мас-медіа формують діалог заради спільних цінностей і норм. Ставлення до них критичне, вони конструюються і змінюються внаслідок необхідності вирішення конкретних суспільних проблем. Культурна комунікація (обмін інформацією і діалог) є засобом такого конструювання. Індивіда визначають як суб'єкта, що перебуває в стані вибору щодо норм і цінностей, їх активного прийняття або неприйняття, тому необхідна його громадська легітимація, що передбачає особливий елемент культури – ідеологію. Елементи культури орієнтовані на відповідність технологічних процесів.

Для комунікативного (постмодерного) культурного укладу характерні соціальна взаємодія на основі відкритої комунікації (створення спільних просторів) у мережевій формі, відсутність інституціалізованої системи ціннісно-нормативного регулювання, самореферентних спільнот, утворених на основі індивідуалізованої символічної самоідентифікації. Культуру й суспільство розуміють у цій оптиці як умову, простір міжособистісної комунікації, метою та сенсом якої є самореалізація індивіда в процесі комунікації як гри. Соціальні інститути бачаться в межах цього укладу як форми комунікативних потоків, що формуються людьми, а змістом соціального життя є ігрова взаємодія, в якій індивіди актуалізують і реалізують себе в контексті складних ігор. Цінності та норми, якщо й виникають, то

контексті складних ігор. Цінності та норми, якщо й виникають, то розуміються як ситуативні правила перебігу гри, які формують та погоджують між собою конкретні індивіди. Загальні правила й норми, соціальні інститути розуміють як обмеження, в кращому випадку, як контекст і джерело такого узгодження. Стійкі загальноприйняті цінності, норми й зразки поведінки в цьому випадку сприймають як систему обмежень, вони скоріше є матеріалом, з якого індивіди, що перебувають у комунікації, створюють щоразу новий «малюнок гри». Елементи культури орієнтовані на моделі гри.

Культурні уклади взаємопов'язані й взаємозалежні, у своїй єдності вони є конкретним історично сформованим суспільством, їх конкретні комбінації визначають ті типи особистості, що виникають у процесі соціалізації, їх соціальні ролі, характер і межі соціальної взаємодії. Культура кожного суспільства, із цього погляду, може бути проаналізована як живий унікальний ансамбль культурного життя, як композиція, що складається з усіх чотирьох соціокультурних укладів. У кожному суспільстві є риси, властиві різним культурним укладам, проте з різним ступенем виразності та в різній комбінації, тому самі суспільства можна ідентифікувати як традиційні, модерні й постмодерні. Однак при цьому не варто забувати, що і перші, і другі, і треті суспільства є історією та сучасністю людства як певного цілого, але при цьому вони зберігають своєрідні риси, незважаючи на участь у глобальних процесах.

Суспільство як ціле на рівні життя індивіда існує у вигляді конкретних життєвих середовищ (життєвих світів), де відбувається соціалізація і де індивід вступає в процеси соціальної взаємодії з іншими. Індивіди соціалізуються в середовищах, де той чи інший культурний уклад домінує, «прочитуючи» й освоюючи всі суспільні ідеї та компоненти культури відповідним цьому укладу чином. За цією ознакою в суспільстві можна виділити групи й страти, орієнтовані на соціальну активність відповідно до специфіки різних укладів, тому вони сприймають одні й ті самі культурні явища та процеси в різних сенсах. Згідно із цим сенсом формуються соціальні установки, соціальна діяльність різних індивідів, що об'єднуються в групи, так і очікування від них. Культура у вузькому сенсі може бути зрозуміла як масив по-різному освоєваних елементів організації життя суспільства і індивіда. У процесі історичних трансформацій суспільства проходять різні організаційні стани – культура ніби пульсує, переходячи із системного, організованого стану в хаотичний і навпаки. Стан організаційної цілісності, в якому домінує нормативно-ціннісна система, властива одному укладу, можна назвати моноукладним. Стан, де спостерігається паралельність різних укладів, – багатукладним. У стані інституційної зрілості в суспільстві, як правило, домінує один з укладів, у той період, коли сформовані завдяки домінуванню цього укладу інститути приходять у стан глибокої кризи або руйнуються, культурні уклади співіснують у паралельних просторах. У цьому сенсі вихід з інституційної кризи суспільства – ство-

рення громадського принципу, на основі якого відбувається політико-правове, етичне й економічне зв'язування цих укладів у єдиний системний конструкт, що надає змогу здійснювати соціальну взаємодію між різнорідними суб'єктами та задовольняти потреби людей, що становлять це суспільство.

Культурне середовище, в якому відбувається процес соціалізації конкретного індивіда, є процесуальною єдністю видів діяльності, орієнтованих на різні культурні уклади, вони присутні в ньому у вигляді конкретного поєднання, визначають характер цього середовища, на відміну від інших соціальних середовищ. У суспільстві як цілому співіснує безліч таких культурних середовищ і соціалізовані в них індивіди мають схожі соціальні характеристики, утворюючи за цією ознакою ту чи іншу соціокультурну страту. Таким чином, формується соціокультурна стратифікація суспільства загалом. Культурологія, спираючись на це знання, шляхом формування гіпотез і узагальнення отриманого емпіричного матеріалу про культурні орієнтації індивідів, вивчає, які саме композиції культурних укладів утворюють культурні середовища, що типові для цього суспільства; вивчає механізми соціалізації й завдяки цьому описує соціокультурну структуру конкретного суспільства. Це надає змогу бачити реальні проблеми й пов'язані з ними соціальні напруги, що не були помітні із застосуванням концепцій мультикультуралізму. Отримане знання має практичне значення у формуванні стратегій зміни суспільства, в якому культура, суб'єктивність мають визначальне значення у формуванні соціальних процесів і явищ. У такому ракурсі проблематика мультикультурності бачиться пов'язаною з відсутністю концептуальної підстави для діалогу між людьми, що орієнтовані на різні культурні уклади. Це значно розширює діапазон чутливості до сторін ідентичності індивідів, поглиблює розрізнення специфіки міжкультурної взаємодії в середовищах з різними комбінаціями культурних укладів.

На завершення варто зауважити, що тема мультикультуралізму в сучасних суспільствах зазнала змін – в останні десятиліття ХХ ст. амбіції лівих до широкомасштабних соціально-економічних реформ зближувалися з прийняттям політики ідентичності та мультикультуралізму. Це призвело до того, що мультикультуралізм стали негативно сприймати прихильники правих і традиціоналістських поглядів. У цій ситуації починається перегляд власне політики ідентичності, частиною якої є мультикультуралізм.

У суспільному житті неможливо уникнути ідентичності або політики ідентичності, оскільки ідентичність – це потужна моральна ідея, яка полягає в тому, що в кожній людині є автентичне внутрішнє «я», яке частіше не визнається, і передбачає, що суспільство може бути помилковим і репресивним. Ідентичність у цьому сенсі – основа гідності і свободи. Проте в процесі розвитку демократії, коли люди стають індивідуалізованими і звільненими від стійких зв'язків з іншими людьми, вони втрачають відчуття

стабільності свого становища в суспільстві. У цій ситуації частіше виникають уявлення про «втрачений рай» у вигляді порядку відносин, що були притаманні ідеалізованому минулому. Складається суперечність у тому, що об'єктивно люди шукають ідентичності, які зв'язали б їх з іншими людьми в життєвих обставинах певних історичних подій, але суб'єктивно вони звертаються до образів минулого, ностальгуючи за ними. Рухаючись у напрямі вирішення цієї проблеми, можна погодитися з відомим дослідником Ф. Фукуямою щодо того, що природа сучасної ідентичності повинна бути змінною. «Деякі індивіди можуть переконати себе, що їх ідентичність заснована на їх біології й перебуває поза їхнім контролем. Але громадяни сучасних суспільств мають множинні ідентичності, які формуються соціальними взаємодіями. У людей є ідентичності, які визначаються їх расою, статтю, місцем роботи, освітою, спорідненістю й нацією. І хоча логіка політики ідентичності полягає в тому, щоб розділити суспільства на невеликі групи, які самі по собі належать до себе, можна також створити ідентичності, які є більш широкими й більш інтегрованими. Не можна заперечувати живого досвіду окремих людей, щоб визнати, що вони можуть також розділяти цінності й устремління з набагато ширшими колами громадян. Живий досвід, іншими словами, може стати простим досвідом – чимось, що пов'язує людей з людьми, а не відокремлює їх один від одного. Таким чином, хоча ніяка демократія не захищена від політики ідентичності в сучасному світі, вона може повернути її до більш широкої форми взаємної поваги. ... Уряди і групи громадянського суспільства повинні зосередитися на інтеграції невеликих груп у більш великі ланцюжки. Демократіям необхідно просувати те, що політологи називають “кредовими національними ідентичностями”, які будуються не навколо загальних особистісних характеристик, живого досвіду, історичних зв'язків або релігійних переконань, а скоріше навколо основних цінностей і переконань» [9].

Список використаної літератури

1. Glazer Nathan. We are All Multiculturalists Now. Harvard University Press, 1998. P. 7.
2. Терборн Г. Мультикультурные общества. *Социологическое обозрение*. 2001. Т. 1. С. 51.
3. Малахов В. С., Тишков В. А. Мультикультурализм и трансформация постсоветских обществ. Москва, 2002. С. 335.
4. Taylor Charles Multiculturalism and the «Politics of Recognition». Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 64.
5. Taylor. Charles. Multiculturalism and the «Politics of Recognition». Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 64.
6. Kymlicka Will. Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Right, Clarendon Press. Oxford, 1998. P. 144.
7. Habermas, Jürgen. Justification and Application: Remarks on Discourse Ethic, MIT Press. Cambridge MA, 2003. P. 11.
8. Лекторский В. А. О толерантности, плюрализме и критицизме. *Вопросы философии*. 1997. № 11. С. 46–54.
9. Francis Fukuyama Against Identity Politics The New Tribalism and the Crisis of Democracy – Foreign Affairs, 2018/sept-oct.issue. URL: <https://www.foreignaffairs.com/>

articles/americas/2018-08-14/against-identity-politics-tribalism-francis-fukuyama?cid=int-nbb&pgtype=hpg (date of request: 22.12.2018).

Стаття надійшла до редакції 22.01.2019.

Щербина В. Н., Щербина В. Л. Концепты мультикультурализма и многоукладности в процессах теоретической рефлексии трансформаций современного общества

В статье рассмотрена проблема обеспечения целостности современного общества в условиях его исторической трансформации. Проанализирована проблема, опираясь на идею Э. Дюркгейма об общественной солидарности как основу общественной жизни в целом. Предложена концепция культурной многоукладности. Культурная среда, в которой происходит процесс социализации конкретного индивида, является процессуальным единством видов деятельности, ориентированных на различные культурные уклады. Они присутствуют в среде социализации как конкретная синтетическая модель и определяют характер этой среды в отличие от других социальных сред.

Ключевые слова: общество, социализация, культура, мультикультурализм, культурный уклад.

Sherbyna V., Sherbyna V. Concepts of Multiculturalism and Multicultural Style in the Processes of Theoretical Reflection of the Transformations of Modern Society

The article considers the problem of ensuring the integrity of modern society in the conditions of its historical transformation. The author builds an analysis of the problem, based on the idea of E. Durkheim on social solidarity as the basis of social life in general.

Two models of understanding solidarity are considered. The first, according to which the collective and individual in life exists simultaneously. People, united by the common interest of development, individual individuals need each other as carriers of those qualities, properties that do not own themselves. They are synthesized into a state of social life, which E. Durkheim called «organic solidarity».

The second model of Durkheim is much more consistent with the present, when stable, liberal structures of democracies are becoming weaker. People are less and less engaged in public life, they weaken professional associations, people spend less time together, even communication between close people is now increasingly being implemented through social networks.

There is a rupture of social ties and their new configuration arises – the community of individuals, interconnected intolerant interests, situational community. Under such conditions, culture becomes a determining factor in the formation of social ties.

The concept of multicultural styles is proposed. The cultural environment in which the process of socialization of a particular individual is taking place is a procedural unity of activity oriented towards different cultural structures. They are present in the socialization environment as a specific synthetic model and determine the nature of this environment, unlike other social environments.

In society, as a whole, many such cultural environments coexist and socialized in them individuals have similar social characteristics, forming on this basis a particular socio-cultural penalty. Thus, the socio-cultural stratification of society as a whole is formed. According to the author, this allows us to study in more detail the social tensions caused by the cultural diversity of the modern society.

Key words: society, socialization, culture, multiculturalism, cultural style.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.723

Т. М. БАЙДАК, В. О. БОЛОТОВА, Н. О. ЛЯШЕНКО

СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ ПРИХИЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ДО МОДИ

У статті уточнено поняття «мода», визначено умови виникнення моди, особливості її функціонування в студентському середовищі. Наведено дані конкретного соціологічного дослідження, за результатами якого виявлено специфіку впливу моди на поведінку сучасної студентської молоді та визначено чинники прихильності студентів до модних тенденцій. Отримані дані можуть бути корисними для установ різної форми власності щодо використання моди як засобу впливу на поведінку студентської молоді.

Ключові слова: мода, модна поведінка, студентська молодь, мотиви слідування моді, чинники модної поведінки.

Поява сучасного суспільства (на відміну від традиційного) зумовила геометричну прогресію зростання впливу моди на поведінку людини. Завдяки появі й поширенню засобів масової інформації мода стає доступною для великої кількості людей. Можна з упевненістю стверджувати, що панування моди є тотальним.

Сучасна мода відрізняється від моди попередніх культурних епох не лише рівнем її впливу, а й активним та стрімким проникненням у всі сфери культури. Модними стають не тільки одяг, аксесуари, зачіски, а й професії, хобі, місце проживання тощо.

Змінюються й основні носії та пропагандисти моди. Якщо раніше ними була еліта, високозабезпечені верстви населення, то зараз ці функції переходять до молоді. Це цілком закономірно, бо саме в молоді основні функції моди – самовираження, з одного боку, та демонстрація причетності до певної групи – з іншого, є найбільш затребуваними.

Молодь, через свої вікові психологічні характеристики схильна до протестного сприйняття існуючого суспільного порядку, націлена на зміни й перетворення, тому із задоволенням сприймає все нове та незвичне. Саме в цей період модна поведінка стає значущою, надаючи можливості визначення, фіксації та зміцнення настанов, смаків, інтересів і потреб молоді людини. Часто мода стає для молоді людини перепусткою в певні групи та виступає взірцем для наслідування.

Одним з перших дослідників, які розглядали моду як соціальний феномен, був Г. Зіммель. Він вважав, що мода має класовий характер і виконує подвійну функцію, яка полягає в тому, щоб внутрішньо поєднати певне

коло людей і разом з тим відокремити його від інших [4]. Ставлення до моди як до соціального феномену, що притаманне класовому суспільству, також можна побачити в праці Т. Веблена «Теорія бездіяльного класу» [10]. З розвитком масового суспільства в середині ХХ ст. концепції про моду наповнюються новим змістом. Зокрема, Г. Блумер у роботі «Мода: від класової диференціації до колективного відбору» говорить, що збільшення доходів середнього класу та розвиток масового виробництва позбавляють моду її привілеї бути доступною лише вищим прошаркам суспільства. Мода стає доступною для широкого загалу [8]. Однак, як підкреслював П. Бурдьє, при тому, що мода стала доступною, вона не відразу перестає символізувати відмінності представників вищого класу від інших. Мода продовжує виконувати функцію індикатора класової належності, оскільки представники різних класів розрізняються смаками до одягу [9]. У другій половині ХХ ст. модний одяг практично перестає виступати ресурсом візуалізації класових відмінностей. Так, Р. Барт і Ж. Бодрійяр, аналізуючи моду, досліджують її символічне значення. Якщо Р. Барт описує моду в масовому індустріальному суспільстві й виявляє приховану в ній знакову систему, то в інформаційному суспільстві, що є полем досліджень Ж. Бодріяра, модні знаки не відсилають більше взагалі ні до яких референтів [3].

У сучасному світі інтерес до моди не тільки не згасає, а, навпаки, зростає з боку науковців з різних галузей: психології, соціології, економіки, культурології тощо. Вони намагаються зрозуміти, як мода впливає на зміни в соціальному, економічному, культурному житті суспільства й одночасно виступає символом цих змін. Моду як соціальний феномен у сучасному соціологічному дискурсі розглядають українські дослідники А. Воронкова [1], Н. Комих [5], моду в контексті глобалізації досліджує Е. Грицай [2], філософський аспект моди розкрито в працях М. Мельник [6], О. Скалацької [7]. Водночас аналіз значення моди для молоді загалом та студентської молоді зокрема, характер її впливу на їх поведінку ще не були предметом цілеспрямованого наукового вивчення у вітчизняній соціології, досліджень у цьому напрямі проведено вкрай мало. Тому для того, щоб визначити місце моди в житті студентів, роль, яку вона виконує в цій важливій соціальній групі, необхідне створити достатньо вагому теоретичну та емпіричну бази, що й зумовлює актуальність цієї статті.

Мета статті – визначити цінність моди в житті студентів та виявити чинники, що зумовлюють слідування молоді модним тенденціям.

Серед усіх соціальних груп у суспільстві молодь найбільше схильна до інновацій і експериментів, ініціюючи модну поведінку для її членів. Молодіжна мода особливо яскраво виявляється в мегаполісах, де багато закладів вищої освіти. У модній поведінці студентства сконцентрована величезна кількість культурних зразків.

У наукових джерелах моду визначають як специфічну й динамічну форму стандартизованої масової поведінки, яка виникає переважно стихійно під впливом настрою, що домінує в суспільстві, і швидко змінюваних смаків та захоплень [5]. Для соціальних систем, у яких виникає й функціонує мода, характерно таке:

1. Динамічність. Система прагне до змін та володіє досить високим інноваційним потенціалом.

2. Відвертість. Система прагне до всіляких контактів з іншими соціальними системами, здійснює їх, має розвинені канали комунікації.

3. Надмірність. У системі існує розвинена система тиражування культурних зразків.

4. Соціальна диференціація й мобільність. Система неоднорідна в соціальному аспекті, вона розділена на різні класи, соціальні групи, між якими немає бар'єрів, вони можуть наслідувати, запозичувати одне в одного культурні зразки, тут спостерігається мобільність [1].

Усі ці характеристики притаманні студентству як специфічній соціальній системі. Студентське середовище – дуже сприятливе підґрунтя для виникнення моди. Мода, з одного боку, допомагає молодій людині продемонструвати свою належність до своєї соціальної групи, з іншого – відокремити себе від інших груп, підкреслити свою індивідуальність. Тобто група, до якої належить молода людина, прямо або побічно змушує її дотримуватися такої поведінки, яку сприймають як «належну» для члена цієї групи, й уникати такої поведінки, що вважають «не належною». Усе це буде мати прояв через моду. Вона примушує молоду людину наслідувати групу, її стиль поведінки.

Коли поведінка, яку вважають модною молоді люди, стає невід'ємною частиною особистості, її внутрішньою потребою, можна говорити, що мода перетворилась на цінність. У такому разі мода виступає як орієнтир поведінки молоді людина, яка за допомогою моди намагається приєднатися до важливої для неї соціальної групи. Крім цього, мода виконує ще низку функцій, через реалізацію яких молоді люди відчують свою єдність з групою та суспільством загалом: регулює поведінку, допомагає ідентифікувати людині себе, сприяє комунікації й прояву індивідуальності, забезпечує соціалізацію. Таким чином, з одного боку, мода задовольняє бажання молоді людини не дуже виділятися серед інших, а з іншого – надає змогу реалізувати потребу виділитися, підкреслити те, що її відрізняє від інших.

З метою виявлення впливу моди на поведінку сучасної студентської молоді та визначення чинників, що зумовлюють слідування молоді модним тенденціям, на кафедрі соціології та політології НТУ «ХПІ» навесні 2018 р. за участю авторів та магістранта кафедри К. Ейсмонт було проведено соціологічне дослідження. Під час анкетного опитування було застосовано стихійну вибірку. В опитуванні взяли участь 120 студентів НТУ «ХПІ».

Звичайно, отримані результати не можна екстраполювати на всю студентську молодь, дослідження мало пілотний характер, але отримані дані допомогли з'ясувати загальні тенденції в цій соціальній групі.

Серед опитаних респондентів була рівна кількість жінок та чоловіків. За курсом навчання опитані студенти розподілилися таким чином: I–II курси – 40%, III–IV курси – 45% та V–VI курси – 15%. За напрямом навчання більшість студентів – 42% – технічної спеціальності, 32% – економічної/гуманітарної, 26% – IT-спеціальності. Дві третини опитаних студентів навчаються на бюджетній формі навчання. Така сама кількість респондентів уже має підробіток. Половина опитаних – мешканці обласного центру, третина – районного центру/невеликого містечка, 15% – родом із селища. За рівнем доходу опитані вказали, що мають дохід нижче від середнього – 19%, середній дохід – 40%, дохід вище від середнього – 41%.

У результаті проведеного дослідження виявлено, що в більшості студентів (90%), перш за все, під час згадування слова «мода» виникає асоціація із зовнішнім виглядом людини. Наступне, що спадає на думку студентів, це аксесуари (61%), техніка у вигляді телефона, планшета та комп'ютера (43%), стиль поведінки (35%) і музика (31%). Найменше асоціацій у студентів зі словом «мода» виникає з приводу розваг, спорту, місця та видів відпочинку, типу харчування, автомобілів і мотоциклів, професії, типу житла та місця його розташування, живопису, архітектури, хатніх тварин і навчальних закладів (не більш ніж 10% кожна). Причиною появи таких асоціацій можуть бути культурні традиції, що пов'язують моду із зовнішнім виглядом людини, оскільки з давніх часів одяг та аксесуари коштували доволі дешево, що надавало змогу людям купувати нові речі й таким чином слідувати швидкоплинній моді.

Майже половина опитаних студентів вказали, що модна людина – це особа, яка доглянута, з охайною зачіскою, з почуттям стилю, слідує за змінами тенденцій і цим вирізняється з-поміж більшості. Лише 15% студентів переконані, що, перш за все, це людина, яка впевнена в собі та власному стилі, має вплив на оточення та може переконати у власній правоті. Такі уявлення молоді, скоріше за все, виникли завдяки ЗМІ та Інтернету, які тиражують образ модної людини як такої, що має гарний, стильний зовнішній вигляд і слідує новим тенденціям. Молодь сприймає все це як найважливіший компонент сучасності, який презентує людину з погляду її впевненості та незалежності.

Опитування показало, що є відмінності в уявленнях про модну людину в чоловіків та жінок. Чоловіки вважають, що модна людина – це, перш за все, та, яка слідує за зміною тенденцій і цим вирізняється з-поміж більшості (52%), тоді як, на думку жінок, модна людина – це, передусім, доглянута, з охайною зачіскою та почуттям стилю (50%).

Що стосується думки респондентів стосовно характеристик, притаманних сучасній модній людині, то, на думку більше ніж половини опи-

таних (58%), це стильний зовнішній вигляд людини й упевненість у собі (50%); 42% опитаних студентів вказали креативність та освіченість як важливий компонент сучасної модної людини. Близько третини респондентів вважають, що модною є людина з гарними манерами, яка вміє спілкуватися з оточенням (31%), матеріально забезпечена (27%), вміє швидко реагувати на зовнішні виклики (23%). Характеристики, найменш притаманні модній людині, – це вміння розбиратися в мистецтві (8%), наявність великої кількості друзів (5%) та наявність влади над іншими (1%).

Дослідження допомогло з'ясувати, чому молоді люди намагаються не відставати від моди. До основних мотивів належать такі, як: бажання подобатися оточенню (53%) та бажання привернути до себе увагу (50%). До другорядних – прагнення зацікавити протилежну стать (43%), підвищити впевненість у собі (34%), підкреслити власну індивідуальність (31%) та свої матеріальні можливості (28%), бажання не відрізнятись від оточення (25%).

Мотивація респондентів з різних курсів щодо намагання бути модними має певні розбіжності. Опитані, які навчаються на I–II курсах, слідує моді, бо бажають подобатися оточенню, підвищити свою впевненість у собі та привернути увагу до себе (по 50%), саме це надає їм змогу пристосовуватися до нового середовища й почувати себе більш зручно. Студентам, які навчаються на III–IV курсах, притаманні ті самі мотиви: бажання подобатися оточенню та привернути увагу до себе. Студенти, що навчаються на V–VI курсах, стають модними для того, щоб не відрізнятись від оточення (45%).

Незважаючи на те, що мода є невід'ємною частиною сучасного життя, майже всі опитані (94%) заявили, що не будуть дотримуватися моди, якщо вона їм не буде подобатися. Це така своєрідна демонстрація своєї незалежності, що характерна для всіх людей у такому віці. Молодь завжди прагне до незалежності, і неважливо, що це може бути тільки в думках. Отримані дані свідчать: третина опитаних цікавиться й слідує моді, а половина не може назвати себе відсталою від моди, але цілеспрямовано модою не цікавиться. Відповіді чоловіків і жінок стосовно цього відрізняються. Жінки переважно намагаються дотримуватися моди, але до фанатів себе не зараховують (42%), не можуть назвати себе відсталими від моди, але цілеспрямовано модою не цікавляться ще 45% опитаних жінок; 20% респондентів-чоловіків вважають, що мало знають про те, що зараз є модним, а 17% вказали, що взагалі модою не цікавляться.

Також існує розбіжність у відповідях студентів з різною спрямованістю навчання. Особи, які навчаються на економічній/гуманітарній спеціальності переважно намагаються слідувати моді, але до фанатів себе не зараховують (49%). Ті ж студенти, які навчаються на IT-спеціальності, мало знають про те, що зараз є модним (26%). Можливо, це зумовлено тим, що

на ІТ-спеціальностях навчаються переважно хлопці, а, як ми вже з'ясували, вони не дуже любляють спостерігати за новими тенденціями в моді.

Половина студентів вказала, що на бажання дотримуватися моди впливають зовнішній вигляд та думка відомих людей, так званих «ікон» стилю, оскільки основна маса студентів прихильна до «зірок», образ яких є привабливим для них. Приблизно третина вважає, що на їх бажання дотримуватися моди впливають: реклама (37%), думка друзів (33%), кіно й телебачення (31%), лояльність суспільства до певної тенденції (28%). Кожен п'ятий вважає, що це вплив матеріальних можливостей. Думка батьків як фактор, що зумовлює бажання дотримуватися моди, була відзначена тільки 1% респондентів. Це можна пояснити тим, що сучасна молодь більше враховує думку однолітків, а не батьків у цій сфері. При цьому більшість студентів, які навчаються на I–II курсах, вважають, що на їх бажання слідувати моді впливає зовнішній вигляд відомих людей, «ікон» стилю (60%) та думка друзів (46%). На студентів III–IV курсів теж впливає зовнішній вигляд відомих людей, «ікон» стилю, але вже меншою мірою (44%), а також реклама (41%). Кожен другий студент V–VI курсів вважає, що на нього більше за все впливає сама реклама (50%).

Ці фактори мають різний вплив на респондентів з різним матеріальним становищем. На більшість студентів з низьким рівнем доходів впливають реклама (52%) та думка друзів (43%). Майже кожен третій студент, який має середній рівень доходів, орієнтується на свої матеріальні можливості (25%). Та ті студенти, які мають рівень матеріального становища вище від середнього, вважають, що на їх бажання слідувати модним тенденціям впливає кіно та телебачення (45%), лояльність суспільства до певної тенденції, її підтримка (37%).

Під час купівлі модних речей у першу чергу студенти орієнтуються на їх ціну (63%) та якість (58%); у другу – на їх зручність (45%), форму, фасон та дизайн (39%), їх необхідність (35%). Опитані фактично не звертають уваги на бренд, розмір, колір, їх новизну та виробника. Під час купівлі модних речей студенти, які навчаються на бюджеті, переважно орієнтуються на якість (60%) і необхідність речей (40%), тоді як студенти контрактної форми навчання – на ціну (73%), форму, фасон, дизайн та їх зручність.

Аналіз відповідей на питання: «Вкажіть, якою мірою для Вас важливо слідувати моді в таких напрямках?», – показав, що для студентів більш важливо слідувати моді за такими напрямами, як техніка (телефон, планшет, комп'ютер); зовнішній вигляд; професія; рівень освіти; аксесуари. Що стосується інших, наприклад, хатні тварини, архітектура, література, розваги, спорт, навчальний заклад тощо, слідування моді для респондентів виявилось фактично не важливим.

Що стосується напрямів, у яких студенти фактично слідують моді, то, перш за все, це зовнішній вигляд (68%), техніка (телефони, планшети,

комп'ютери) – 48%, аксесуари (прикраси, годинники, сумки) – 40%, музика – 35%. Кожен п'ятий дотримується модних тенденцій стосовно місць та видів відпочинку, вибору професії (18%). Таким чином, порівняння напрямів, у яких, на думку респондентів, необхідно бути модним, і тих, у яких вони дійсно вважають себе модними, показало, що ці напрями збігаються за такими позиціями: зовнішній вигляд, аксесуари й техніка.

Мода може по-різному позначатися на способі життя людини, вона може як сприяти поширенню позитивних норм поведінки, так і перешкоджати, тобто, слідуючи моді, молодь, може набути позитивних і негативних звичок. Половина опитаних вказала, що мода жодним чином не вплинула на їх звички, як шкідливі, так і корисні. Але на третину опитаних мода вплинула так, що вони почали займатися спортом, п'ята частина – носити зручний одяг, 8% припинили вживати слова-паразити, 5% – нецензурну лексику, 2% – кинули пити алкогольні напої та вживати тютюнові вироби.

Висновки. Студенти, котрі слідують моді, реалізують свої власні мотиви, серед яких найвагомішими виявилися такі, як: бажання подобатися оточенню, привернути до себе увагу та подобатися особам протилежної статі. Факторами, які впливають на бажання студентської молоді слідувати моді, є вплив відомих людей, «ікон» стилю, їх думки та зовнішній вигляд. Напрямами, за якими, на думку молоді, важливо слідувати моді, є зовнішній вигляд, аксесуари, професія та рівень освіти. Проте в реальному житті, вони слідують моді тільки у сферах зовнішнього вигляду, аксесуарів, техніці. Під час купівлі модного одягу студентська молодь першочергово орієнтується на її ціну і якість речі. Мода вносить у життя молоді доволі важливі зміни, які, з одного боку, мають позитивний вплив, у вигляді набуття корисних звичок, а з іншого – негативний, у вигляді шкідливих звичок. Але половина молодих людей перебуває взагалі поза впливом моди стосовно набуття звичок. Результати проведеного дослідження можуть бути корисними для різних видів комерційних, державних, громадських організацій щодо використання моди як засобу впливу на поведінку студентської молоді.

Список використаної літератури

1. Воронкова А. Мода у контексті сучасних соціологічних досліджень. *Грані*. 2016. Т. 19. № 4. С. 69–73.
2. Грицай Є. Мода в контексте глобалізації. *Актуальні проблеми духовності: зб. наук. пр. Кривий Ріг: І.В.І., 2002. Вип. 4. С. 235–240.*
3. Гурова О. Социология моды: обзор классических концепций. *Социологические исследования*. 2011. № 8. С. 72–82.
4. Зиммель Г. Мода. *Избранное*. Москва: Юрист, 1996. Т. 2. С. 266–292.
5. Комих Н., Тихонова А. Мода як соціальний феномен в сучасному соціологічному дискурсі. *Славута: зб. наук. пр. з гум. дисциплін*. 2011. № 4–5. С. 87–93.
6. Мельник М. Індустрія моди. Київ: Ліра-К, 2013. 264 с.
7. Скалацька Н. Соціально-філософський аналіз бренду одягу: український контекст. *Грані*. 2016. Т. 19. № 7. С. 30–35.

8. Blumer H. Fashion: from Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*. 1969. Vol. 10. № 3. P. 275–291.

9. Rocamora A. Fields of Fashion: Critical insights into Bourdieu's sociology of culture. *Journal of Consumer Culture*. 2002. № 2. P. 341–362.

10. Veblen T. The Theory of the Leisure Class. URL: <http://moglen.law.-columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf> (дата звернення: 29.11.18).

Стаття надійшла до редакції 15.02.2019.

Байдак Т. М., Болотова В. А., Ляшенко Н. А. Социальные факторы приверженности студентов моде

В статье уточняется понятие «мода», определяются условия возникновения моды, особенности ее функционирования в студенческой среде. Приводятся данные конкретного социологического исследования, по результатам которого была выявлена специфика влияния моды на поведение современной студенческой молодежи и определены факторы приверженности студентов модным тенденциям. Полученные данные могут быть полезными для учреждений различных форм собственности для использования моды как средства воздействия на поведение студенческой молодежи.

Ключевые слова: мода, модное поведение, студенческая молодежь, мотивы следования моде, факторы модного поведения.

Baidak T., Bolotova V., Liashenko N. Social Factors of Student Commitment to Fashion

Fashion is a specific and dynamic form of standardized mass behavior, which occurs as spontaneous behavior under the influence of the dominant mood in society and rapidly changing preferences. Fashion on the one hand helps young people to demonstrate their belonging to their social group, on the other hand, to separate themselves from other groups, to emphasize their individuality. When behavior, which is considered fashionable among young people, becomes an integral part of the personality, its internal need, the fashion becomes a value. Fashion performs a number of important functions, through which young people feel their unity with the group and society in general: it regulates behavior, helps to identify the person itself, promotes communication, helps to show individuality and provides socialization. The article presents the data of a specific sociological study, the results of which revealed the influence of fashion on the behavior of contemporary student youth and determine the factors of student commitment to fashion trends. It is found that about a half of students believe that a fashionable person should follow the new trends, be well groomed, tidy with a good style. At the same time, they have such key characteristics as stylish appearance, confidence, creativity and intelligence.

The survey showed that there is a difference in the perceptions of a fashionable man in men and women. Men believe that a fashion person is the first and foremost a follower of trend change and stands out from the majority, while women believe that a fashion person is, above all, a well-groomed person with a neat haircut and a sense of style.

The most important motives influencing the students' desire to follow the fashion, there was a desire to be like others, attract attention of the people of the opposite gender. It is revealed that the main fashion directions for students are the appearance, accessories, profession and level of education.

The motivation of respondents of all ages to try to be fashionable has certain differences. Younger respondents follow the fashion because they want to be liked by others, increase their self-confidence and attract attention. Older students want to be fashionable in order not to be different from others.

The fashion may lead to quite significant changes in the behavior of the young person who has a positive influence, in the form of acquiring useful habits, and negative, in the form

of bad habits. About half of the respondents did not buy any useful and bad habits, but the other half, was subjected to «fashionable» influence and have «fashionable» habits.

The obtained data of the conducted research can be useful for various types of commercial, state, and public organizations regarding the use of fashion as a means of influencing the behavior of student youth.

Key words: *fashion, fashion behavior, students, motives of fashion behavior, factors of adherence to fashion.*

УДК 316.4

Н. Ф. ВЛАСОВА

СИСТЕМНО-ДІЯЛЬНІСНА МОДЕЛЬ ПАРТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІЗИЧНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТА СПОРТОМ У РЕГІОНАЛЬНОМУ СОЦІУМІ

У статті розглянуто систему фізичної культури та спорту в соціологічному дискурсі як сферу суспільного життя, в якій відтворюються активність соціальних суб'єктів, їх соціальна взаємодія й комунікація на глобальному, національному, регіональному та локальному рівнях, що відображає ціннісно-нормативну систему суспільства, а як соціальна система вона передбачає управління, а точніше – соціальне управління, в якому держава відіграє провідну роль. Обґрунтовано системно-діяльнісну модель партисипативного управління фізичною культурою та спортом на регіональному рівні з позиції структурно-функціонального підходу. Виокремлено основні напрями підвищення ефективності системи управління сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні.

Ключові слова: фізична культура, спорт, соціальна система, соціальне управління, державне управління, регіональне управління, модель управління сферою фізичної культури та спорту.

Аналіз сучасної системи управління сферою фізичної культури та спорту виявив проблемне поле, пов'язане з недоліками функціонування системи управління сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні. Цьому сприяють декілька чинників. По-перше, актуальною є проблема бюджетного фінансування цієї сфери й нестачі коштів регіональних і місцевих бюджетів. По-друге, неузгодженість законодавства щодо створення соціально-економічних та організаційних умов взаємодії різних секторів суспільства в управлінні сферою фізичної культури та спорту, виходячи з потреб регіону. По-третє, існують суперечності між проголошеною реформою децентралізації владних повноважень та розробленою стратегією регіонального розвитку, зокрема у сфері фізичної культури та спорту. Саме тому актуалізується проблема регіонального управління розвитком зазначеної сфери, побудова системно-діяльнісної моделі управління фізичною культурою та спортом на регіональному рівні.

Питання досягнення збалансованої й оптимальної організаційної структури системи управління фізичною культурою та спортом, механізми й теоретико-методологічні основи управління цією сферою розглядали такі науковці, як: Д. Гадайчук, І. Гасюк, В. Гузарь, Ю. Довгенько, М. Дутчак, В. Жуков, В. Куделко, О. Кузьменко, Ю. Мічуда, С. Нікітенко, М. Олійник, В. Платонов, І. Шевчук, Ю. Шкретій та ін. Однак у спеціальній літературі недостатньо уваги приділено дослідженню проблем соціального управління системою фізичної культури та спорту на регіональному рівні з позицій соціолого-управлінського підходу. У зв'язку із цим виникає об'єктивна потреба в науковому обґрунтуванні моделі управління сферою фізичної культури та спорту в контексті її децентралізації й регіоналізації.

Мета статті – обґрунтувати системно-діяльнісну модель управління сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні й виокремити напрями підвищення ефективності її системи управління.

Сферу фізичної культури та спорту як соціальну систему можна розглядати на таких рівнях: 1) як взаємодію індивідів на основі різноманітних мотивів свого фізичного й духовного вдосконалення; 2) як групову взаємодію на основі схожих потреб і інтересів фізичного й духовного розвитку, досягнення необхідного особового та групового результату такого розвитку й удосконалення; 3) як ієрархію соціальних позицій (статусів) і соціальних функцій (ролей), які займають і виконують особистості в утвореній ними сукупності організацій і установ, створених для забезпечення комплексу потреб свого фізичного й духовного відтворення; 4) як сукупність норм і цінностей, що визначають загальну структурність, функціональність та зміст зв'язків індивідів і соціальних груп у цій системі.

Відправним аспектом аналізу фізичної культури та спорту як соціальної системи є їх структура. Структурність як властивість фізичної культури підкреслюють і аналізують багато дослідників. Проте серед них немає єдності в думці про те, що ж вона включає. Одні автори виділяють у ній систему потреб, здібностей, діяльності, відносин і інститутів, що базується на розвитку фізичних якостей (Л. Зеленов, Ю. Лебедев, Ю. Манько, В. Столяров [3]). Інші включають до цієї сфери такі складові, як: фізичне виховання, спорт, фізичну рекреацію, рухову реабілітацію (Б. Евстаф'єв, В. Видрін [2], Ю. Ніколаєв [9]). Третя група дослідників виділяє в ній два напрями: професійний і непрофесійний, – де до першого належать професійно-прикладна фізична культура і спорт, до другого – базова, гігієнічна, рекреативна, оздоровчо-реабілітаційна, оздоровча й лікувальна фізична культура. На їхню думку, фізична культура не включає спорт, він є самостійним явищем у житті суспільства. Звідси ж, на думку цих авторів, впливає правомірність поєднання термінів «фізична культура і спорт» (Л. Лубишева [7]). Четверта група авторів вважає, що центральним, системотвірним чинником, що об'єднує всі компоненти фізичної культури, є фізкультурна діяльність. Проте підкреслюють, що необхідно розмежовувати організаційні форми: 1) компоненти фізичної культури: фізичне виховання (освіта), спорт, фізична рекреація, рухова реабілітація; 2) специфічні для них види діяльності: фізкультурно-освітню, фізкультурно-спортивну, фізкультурно-рекреаційну, фізкультурно-реабілітаційну і їх результативну сторону, що опредмечуються у відповідних компонентах фізичної культури (В. Видрін, Ю. Курамшин, Ю. Николаєв [2; 9]). Але, незважаючи на різноманітність поглядів на структуру сфери фізичної культури та спорту, вона як соціальна система передбачає управління, а точніше – соціальне управління, оскільки «кожна із соціальних систем від найбільш великомасштабної, якою є суспільство в цілому, і аж до окремої особистості, в процесі свого функціонування і розвитку потребують здійснення управління» [11, с. 37]. Завдання, що пов'язані з ефективним функціонуванням сфери фізичної культури та спорту, дуже актуальні для сучасного етапу розвитку

українського суспільства й передбачають визначення особливостей системи управління фізичною культурою та спортом на державному рівні.

Розуміння сутності управління фізичною культурою та спортом на регіональному рівні нерозривно пов'язане з процесами регіоналізації й змістовим наповненням поняття «регіональне управління». Регіональне управління – координаційна діяльність органів публічної влади із забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів управління у формуванні та реалізації програм сталого розвитку регіону. Основною метою регіонального управління є надання якісних послуг громадянам та підвищення їх життєвого рівня, забезпечення прав людини, територіальної цілісності держави, цілей і особливостей соціального, економічного, культурного розвитку регіону [4]. Отже, система регіонального управління – це взаємоузгоджена діяльність органів законодавчої та виконавчої влади, органів регіонального й місцевого самоврядування та інститутів громадянського суспільства на відповідних рівнях управління, а також методи й механізми їх взаємодії та реалізації завдань щодо забезпечення сталого розвитку регіону. Виходячи із цього, регіональне управління сферою фізичної культури та спорту являє собою діяльність органів регіонального й місцевого самоврядування щодо розвитку сфери надання фізкультурно-спортивних послуг населенню регіону, фізкультурно-спортивної інфраструктури, координації взаємодії всіх суб'єктів сфери фізичної культури та спорту. Згідно із чинним законодавством України, до таких суб'єктів належать: спортивні клуби; дитячо-юнацькі спортивні школи; спеціалізовані навчальні заклади спортивного профілю; школи вищої спортивної майстерності; центри олімпійської підготовки; фізкультурно-оздоровчі заклади; центри фізичного здоров'я населення; центри фізичної культури і спорту інвалідів; колективи фізичної культури; місцеві осередки фізкультурно-спортивних товариств та спортивних федерацій; громадські організації фізкультурно-спортивної спрямованості учнів та студентів; відділення Національного олімпійського комітету України [10]. Однак, у сучасних умовах децентралізації системи управління сферою фізичної культури та спорту рівноправними суб'єктами управління можуть виступати громадські організації, територіальна громада і комерційні структури соціально відповідального бізнесу в регіоні, а впровадження інноваційних механізмів управління (соціальне партнерство, соціальне замовлення, соціальний моніторинг, громадський контроль тощо) вимагають розроблення концептуальної моделі управління системою фізичної культури та спорту на регіональному рівні.

Модель управління сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні ми розглядаємо з позиції структурно-функціонального підходу. Структурний аспект управління пов'язаний із виокремленням його основних суб'єктів і об'єктів, а функціональний – з аналізом системи регіонального управління з функціональними й процесуальними особливостями взаємодії його суб'єктів (функції, механізми, взаємозв'язки, форми взаємодії) (рис. 1).

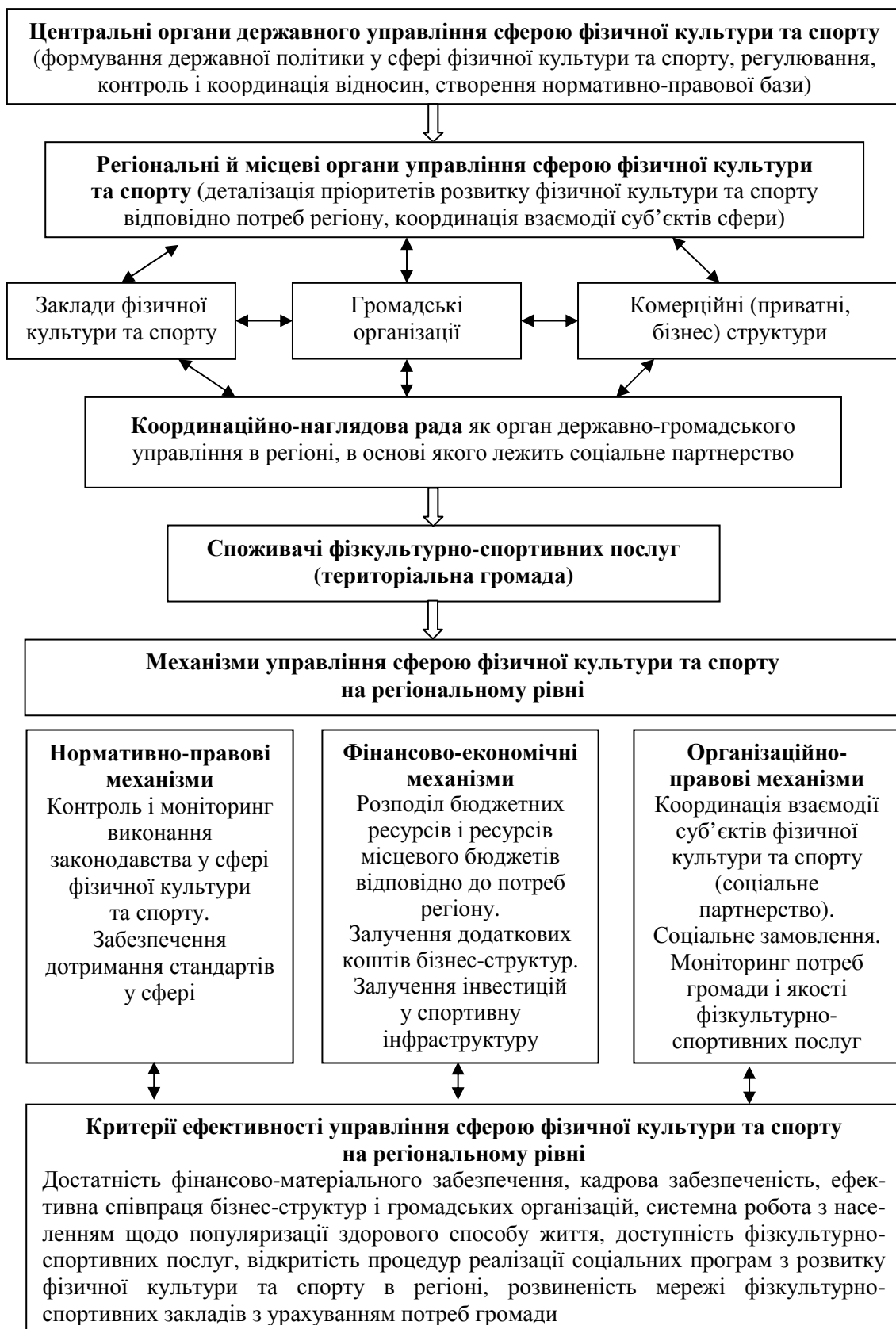


Рис. 1. Концептуальна системно-діяльнісна модель партисипативного управління фізичною культурою та спортом у регіональному соціумі

Основою функціонування системи управління сферою фізичної культури на регіональному рівні, на нашу думку, є організаційна взаємодія основних суб'єктів управління, до яких нами зараховано центральні, регіональні й місцеві органи державного управління, заклади фізичної культури та спорту різних форм власності й організаційно-правових форм, громадські організації і об'єднання, комерційні структури соціально відповідального бізнесу в регіоні, споживачів фізкультурно-спортивних послуг. Звичайно, між цими суб'єктами існують різні типи відносин, що характеризують форми централізму й децентралізації в управлінні.

Як зауважує М. Туленков, організаційна взаємодія в соціальному управлінні як сукупність процесів і дій відображає зміст організаційно-управлінських відносин та зв'язків між індивідами і соціальними групами незалежно від сфери і видів їхньої життєдіяльності, а також незалежно від рівня соціальної організації суспільства [12, с. 70].

Під організаційною взаємодією в соціальному управлінні як складним соціальним явищем він розуміє: по-перше, процес досягнення внутрішньої впорядкованості, узгодженості діяльності частин цілого; по-друге, сукупність процесів або дій, які сприяють установам та вдосконаленню взаємозв'язків між частинами цілого; по-третє, складову процесу соціального управління, сутність якої зводиться до координації дій окремих елементів системи соціального управління заради досягнення взаємної відповідності щодо функціонування її частин; по-четверте, процес розподілу обов'язків між суб'єктами управління різних рівнів, а також між керівниками і підлеглими в межах будь-якого соціального утворення [12, с. 71–72].

При цьому варто зауважити, що організаційна взаємодія в соціальному управлінні має два аспекти: 1) структурний, який полягає в проектуванні організаційної структури систем соціального управління; 2) поведінковий, що передбачає розподіл обов'язків і координацію зусиль персоналу будь-якого соціального утворення для забезпечення максимальної продуктивності в досягненні визначеної мети діяльності. Отже, організаційна взаємодія у сфері фізичної культури та спорту передбачає як створення організаційної структури (в інституціональному аспекті) управління, так і координацію діяльності основних суб'єктів управління сферою фізичної культури в регіоні.

Таким чином, під організаційною взаємодією в управлінні сферою фізичної культури та спорту потрібно розуміти вид соціальної взаємодії, що забезпечує комплексний і взаємоузгоджений зв'язок соціальної системи між собою й з організаційною структурою управління нею при взаємоузгоджених відносинах із зовнішнім середовищем, в якому функціонує ця соціальна система. Показником розвиненості організаційної взаємодії в управлінні сферою фізичної культури та спорту є організаційно-управлінські відносини, які вирізняються тривалістю й систематичністю організа-

ційних взаємодій, їхньою самовідновлюваністю та широтою змісту організаційних зв'язків.

Варто визначити аспект соціального управління закладами фізичної культури та спорту, який пов'язаний із виділенням тактичного, оперативного й стратегічного управління. Цей підхід досить ретельно розглянутий у праці В. Бега, М. Лукашевича, М. Туленкова [1, с. 368–369]. Автори виходять з тези про рівні соціально-державного управління в системі закладів соціальної сфери, які мають короткострокові, середньострокові й довгострокові цілі, акцентують увагу на певному колі управління. Подана модель може відображати функціонування системи регіонального управління сферою фізичної культури та спорту на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях.

На тактичному рівні управління сферою фізичної культури та спорту основними функціями суб'єктів управління є надання фізкультурно-спортивних послуг населенню регіону відповідно до його потреб, контроль якості цих послуг і дотримання стандартів надання цих послуг. Ці послуги належать до класу соціально-культурних, тобто послуг, які забезпечують задоволення духовних, інтелектуальних потреб та підтримання нормальної життєдіяльності споживача. Цим підкреслюється важлива суспільна роль фізичної культури та спорту як дієвих засобів підвищення загальної культури людини. На сьогодні якість фізкультурно-спортивних послуг регламентована відповідно до Державного соціального стандарту у сфері фізичної культури і спорту [8]. Моніторинг і контроль за виконанням цього стандарту здійснюють Міністерство молоді та спорту України й місцеві органи виконавчої влади з питань фізичної культури і спорту, інші уповноважені органи, визначені законодавством. Заклади, що надають послуги у сфері фізичної культури та спорту, постійно здійснюють внутрішній моніторинг своєї діяльності на предмет відповідності послуг цьому стандарту й вживають заходів щодо усунення виявлених недоліків. Показниками якості наданих послуг є систематичність моніторингу якості надання послуг; наявність необхідної документації з оцінювання якості послуг; відповідність якості послуг установленим показникам якості, отриманим під час контролю.

На рівні тактичного управління важливим завданням є визначення потреб населення регіону у фізкультурно-спортивних послугах, а також поширення цінностей здорового способу життя, рухової активності через соціальну рекламу та інформаційно-комунікаційну взаємодію суб'єктів управління у сфері фізичної культури та спорту з населенням.

На рівні оперативного управління сферою фізичної культури та спорту здійснюється організаційний розвиток закладів, що надають фізкультурно-спортивні послуги. На нашу думку, цей рівень управління, насамперед, має бути делегований регіональним органам управління сферою фізичної культури та спорту, оскільки в ньому задіяні всі суб'єкти

цієї сфери, а одне з головних завдань органів місцевого самоврядування – це координація діяльності всіх суб'єктів сфери фізичної культури та спорту. Особливого значення набуває співпраця органів державного управління, фізкультурно-спортивних закладів і громадських організацій у сфері спорту з комерційними структурами соціально орієнтованого бізнесу. На цьому рівні управління доцільним є створення Наглядово-координаційної ради – громадського наглядового органу, що формується з представників обласних органів виконавчої влади та органів обласного самоврядування, громадських організацій у сфері фізичної культури та спорту, департаменту у справах молоді і спорту з метою нагляду за діяльністю й розвитком закладів, установ і організацій сфери фізичної культури і спорту. Координаційно-наглядова рада виступає як орган державно-громадського управління в регіоні, в основі якого лежить соціальне партнерство як форма партисипативного управління, тобто залучення всіх учасників до підготовки, прийняття й реалізації управлінських рішень.

Стратегічний рівень управління сферою фізичної культури на регіональному рівні пов'язаний із формуванням і розробкою стратегії розвитку сфери фізичної культури та спорту в регіоні на певний період із залученням усіх суб'єктів управління, тобто цей рівень управління підпорядковує тактичний та оперативний рівні й базується на принципі критеріальності, який полягає в чіткому визначенні критеріїв ефективності діяльності регіональної системи державного управління фізичною культурою і спортом та об'єкту управління. Оцінювання стану розвитку фізичної культури та спорту в регіоні й визначення бажаних її показників здійснюються на основі критеріїв оптимальності, які, з одного боку, мають враховувати економічні, ресурсні та інші можливості регіону, а з іншого – за обмежених ресурсів максимально задовольняти потреби територіальної громади у сфері фізичної культури та спорту.

Побудована модель управління надає змогу виокремити основні напрями підвищення ефективності системи управління сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні: 1) децентралізація управління сферою фізичної культури та спорту й надання більшої автономії фізкультурно-спортивним закладам різної форми власності; 2) розробка та реалізація маркетингової політики у сфері фізичної культури та спорту на регіональному рівні; 3) підвищення ефективності механізму соціального партнерства в системі управління сферою фізичної культури та спорту.

1. Децентралізація управління сферою фізичної культури та спорту й надання більшої автономії фізкультурно-спортивним закладам різної форми власності. Системний аналіз проблематики управління розвитком фізичної культури та спорту на регіональному рівні, проведений В. Куделко, свідчить, що управління розвитком фізичної культури та спорту на рівні регіону є складним багаторівневим організаційним, соціально-психологічним, техніко-технологічним завданням [5]. Зокрема, О. Кузьменко заува-

жує, що основним трендом у сучасному управлінні розвитком фізичної культури та спорту в світі є його децентралізація й регіоналізація. Останні кілька десятиріч поняття децентралізації державного управління фізичною культурою та спортом є основним у Європі, воно також стало об'єднувальним гаслом щодо економічного розвитку регіонів у цій частині світу. Децентралізація як концепція набуває багатьох форм, зважаючи на історію країн, їхні географічні особливості, рівні розвитку, культури й підходи до державного управління. Існують вагомі аргументи на користь децентралізації повноважень як у державному управлінні фізичною культурою та спортом, так і з питань регулювання. Збереження цих послуг у відданні державного управління унеможливорює використання місцевих ресурсів та місцевої відповідальності, чого вимагає від органів місцевого самоврядування децентралізована система [6].

2. Розробка й реалізація маркетингової політики у сфері фізичної культури та спорту на регіональному рівні. Згідно з результатами експертного й масового опитування, проведеного серед суб'єктів і об'єктів управління у сфері фізичної культури та спорту, умовою ефективного розвитку сфери фізичної культури та спорту на регіональному рівні є налагоджена інформаційно-комунікативна взаємодія державних органів управління, бізнес-структур і громадських організацій, задіяних у фізкультурно-спортивній сфері. Це передбачає використання маркетингового підходу, який пов'язаний із концепцією соціального маркетингу.

3. Підвищення ефективності механізму соціального партнерства в системі управління сферою фізичної культури та спорту. Перспективними шляхами підвищення реалізації механізму соціального партнерства в управлінні сферою фізичної культури та спорту на регіональному рівні є: 1) удосконалення нормативно-правової бази соціального партнерства органів місцевого самоврядування, бізнес-структур і громадського сектору в розвитку фізичної культури та спорту; 2) створення економічних (податкових, орендних, фінансових тощо) умов взаємовигідної співпраці державних органів управління сферою фізичної культури та спорту й зацікавлених комерційних організацій; 3) поширення соціального замовлення на надання фізкультурно-спортивних послуг у межах певних адміністративно-територіальних громад із залученням бюджетних і додаткових ресурсів (фондів, ресурсів місцевих підприємств і організацій, спонсорів і меценатів тощо).

Висновки. Концептуальна системно-діяльнісна модель партисипативного управління фізичною культурою і спортом на регіональному рівні ґрунтується на таких положеннях: 1) процеси децентралізації й регіоналізації управління є методологічною основою розвитку сфери фізичної культури та спорту; 2) суб'єктами управління виступають органи державного управління й місцевого самоврядування, координаційні та наглядові регіональні ради, заклади надання фізкультурно-спортивних послуг, громад-

ські організації й об'єднання у сфері спорту, комерційні структури соціально орієнтованого бізнесу, територіальна громада; 3) основою функціонування системи управління сферою фізичної культури на регіональному рівні є організаційна взаємодія основних суб'єктів управління; 4) модель відображає функціонування системи регіонального управління сферою фізичної культури та спорту на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях.

Список використаної літератури

1. Бех В. П., Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціальна робота і формування громадянського суспільства: монографія. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. 599 с.
2. Выдрин В. М. Физическая культура и ее теория. *Теория и практика физической культуры*. 1986. № 5. С. 24–27.
3. Зеленов Л. А., Лебедев Ю. А. Физическая культура как система (к дискуссии о предмете теории физической культуры). *Теория и практика физической культуры*. 1985. № 9. С. 48–50.
4. Іжа М. М. Система регіонального управління: світовий досвід і Україна: автореф. дис. ... д-ра політ. наук: 23.00.02. Київ, 2011. 37 с.
5. Куделко В. Є. Організація і технологія управління фізичною культурою і спортом в системі районного територіально-адміністративного утворення: дис. ... канд. наук з фіз. вих. і спорту: 24.00.02. Харків, 2005. 22 с.
6. Кузьменко О. О. Реалізація державної програми у сфері фізичної культури і спорту. *Науковий вісник молодих вчених*. 2010. Вип. 1 (1). С. 225–229.
7. Лубышева Л. И. Концепции формирования физической культуры человека. Москва: ГЦОЛИФК, 1992. 123 с.
8. Про затвердження Державного соціального стандарту у сфері фізичної культури і спорту: Наказ Міністерства молоді та спорту України від 28.03.2013 № 1. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0559-13> (дата звернення: 17.12.2018).
9. Николаев Ю. М. Общая теория и методология физической культуры как отражение потребности в модернизации физкультурного образования. *Теория и практика физической культуры*. 2004. № 7. С. 2–10.
10. Про фізичну культуру і спорт: Закон України від 08.06.2007 № 3808-12. URL: www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 17.12.2018).
11. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском чешских языках / [ред.-координатор Г. В. Осипов]. Москва: ИНФРА-М-НОРМА, 1998. 488 с.
12. Туленков М. В. Теорія організаційної взаємодії: підручник. Київ: ПІК ДСЗУ, 2011. 456 с.

Стаття надійшла до редакції 03.02.2019.

Власова Н. Ф. Системно-деятельностная модель партисипативного управления физической культурой и спортом в региональном социуме

В статье рассмотрена система физической культуры и спорта в социологическом дискурсе как сфера общественной жизни, в которой воспроизводятся активность социальных субъектов, их социальное взаимодействие и коммуникация на глобальном, национальном, региональном и локальном уровнях, отражающая ценностно-нормативную систему общества, а как социальная система она предполагает управление, а точнее – социальное управление, в котором государство играет ведущую роль. Обосновано системно-деятельностной модели партисипативного управления физиче-

ской культурой и спортом на региональном уровне с позиции структурно-функционального подхода. Выделены основные направления повышения эффективности системы управления сферой физической культуры и спорта на региональном уровне.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, социальная система, социальное управление, государственное управление, региональное управление, модель управления сферой физической культуры и спорта.

Vlasova N. System-Activity Model of Participatory Management of Physical Culture and Sports in the Regional Society

The article examines the system of physical culture and sport in sociological discourse as a sphere of social life, in which the activity of social actors and their social interaction and communication at the global, national, regional and local levels, reflecting the value-normative system of society, and as it involves a social system, management, or rather, social management, in which the state plays a leading role. The system-activity model of participatory management of physical culture and sport at the regional level from the standpoint of a structural-functional approach is substantiated.

The conceptual system-activity model of participatory management of physical culture and sports at the regional level is based on the following provisions: 1) processes of decentralization and regionalization of management are the methodological basis for the development of the sphere of physical culture and sports; 2) the subjects of management are the bodies of state administration and local self-government, coordination and supervisory regional councils, establishments providing sports and sports services, public organizations and associations in the field of sports, commercial structures of socially oriented business, territorial community; 3) the basis of functioning of the system of management of the field of physical culture at the regional level is the organizational interaction of the main subjects of management; 4) the model reflects the functioning of the regional management of the sphere of physical culture and sports at the tactical, operational and strategic levels.

The main directions of increasing the efficiency of the management system of physical culture and sport at the regional level are identified: 1) decentralization of management of the field of physical culture and sports and providing greater autonomy to sports and sports institutions of various forms of ownership; 2) development and implementation of marketing policies in the field of physical culture and sports at the regional level; 3) increasing the effectiveness of the mechanism of social partnership in the system of management of the field of physical culture and sports.

Key words: physical culture, sport, social system, social management, state administration, regional management, model of management of sphere of physical culture and sport.

УДК 316.44

Д. А. МАТЮХІН

ФАКТОРИ ТА ІНСТИТУТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті викладено результати теоретичного аналізу та емпіричного дослідження факторів формування й відтворення соціальних практик сучасної молоді в контексті територіальної специфіки регіону. Концептуалізовано поняття «соціальна практика» як сукупність соціальних дій і взаємодій соціальних акторів (індивідів, соціальних груп), які детерміновані соціально-статусними й нормативно-ціннісними регулянтами, упорядковані в певному просторі, часі та контексті, визначаються як загальні схеми типізації й інтерпретації соціальної поведінки та взаємодії й відтворюються в різних соціально-культурних підпросторах і соціальних полях. За результатами соціологічного опитування молоді Західного і Південно-східного регіонів України виявлено, що найбільш значущими чинниками формування соціальних практик сучасної молоді є Інтернет і соціальні мережі, сім'я, друзі та знайомі, ЗМІ, кіно й телебачення, тобто інформаційний медіапростір і близьке соціальне оточення як агенти та інститути соціалізації молоді. Оскільки значних статистичних розбіжностей у показниках не виявлено, відзначено, що для молоді Запорізької області вагомим чинником соціальних практик виступає інформаційний медіапростір, а для молоді Тернопільської області – традиційні об'єктивні інститути соціалізації.

Ключові слова: соціальні практики, діяльнісний підхід, практики споживання, регіон, регіональна ідентичність, соціалізація молоді, фактори та інститути соціалізації.

Актуальність дослідження соціальних практик молоді пов'язана з багатьма факторами. З одного боку, розширюється спектр можливостей для самореалізації особистості, для прояву унікальності її внутрішнього світу, урізноманітнюються варіанти та форми соціальної взаємодії, з іншого – ускладнюються процеси вибору, деформуються усталені механізми соціалізації молоді та інтеріоризації нею змісту ціннісно-нормативного простору суспільства. Серед форм соціальної взаємодії особливе місце посідають соціальні практики як посередник між соціальним світом і соціальним суб'єктом. Соціальні практики молоді, які втілюють у собі єдність світосприйняття, мотивів і вчинків, можуть стати варіантом цілісної характеристики нового соціального суб'єкта. Вивчення реальних чинників формування й відтворення соціальних практик надасть змогу розкрити тенденції змін нормативно-ціннісного простору молоді як соціально-демографічної групи, описати й спрогнозувати типові моделі соціальної поведінки.

Поняттю «соціальна практика» належить окреме місце в сучасній соціологічній теорії. Інтерес до цього феномену відроджується в контексті практичного повороту соціологічної теорії на світ повсякденності, в якій практики як теоретичні та емпіричні категорії виступають одним із пред-

метів досліджень. Для розуміння сутності й змісту поняття «соціальні практики» необхідно звернутися до праць середини – кінця ХХ ст. П. Бергера, П. Бурдьє, Г. Гарфінкеля, Е. Гіденса, К. Гірца, Т. Лукмана, М. Мосса, М. Хайдегера, А. Шюца та ін. Теорію соціальних практик у контексті соціальної взаємодії розвивали П. Бурдьє (структуралістський конструктивізм), Г. Гарфінкель (етнометодологічний підхід), Е. Гіденс (теорія структурації), Дж. Хоманса (теорія соціального обміну), Дж. Мід (символічний інтеакціонізм), Т. Парсонс (теорія соціальної дії), А. Шюц (феноменологічний підхід) та ін. Значний внесок у наукове дослідження соціальних практик зробили такі вчені, як: В. Волков, Т. Заславська, В. Добренєков, Л. Іоніна, Н. Козлова, А. Кравченко, В. Лукова, А. Раткевич, О. Хахордін, В. Шаленко, Н. Шматко та ін.

Мета статті полягає у виявленні факторів формування й відтворення соціальних практик сучасної молоді в контексті територіальної специфіки регіону.

Поняття соціальних практик розглядають з різних теоретико-методологічних позицій. Так, представник структуралістського конструктивізму П. Бурдьє розумів соціальні практики як здатність соціальних суб'єктів перевіряти власні акти поведінки на відповідність уявленням про навколишню дійсність. Ці практики визначають спосіб думок і поведінки відповідно до індикаторів доступного й недоступного, того, що «для нас» і «не для нас», тим самим змушуючи соціальних суб'єктів пристосовуватися до сьогодення й майбутнього. Соціальною практикою можна вважати як доцільні дії індивідів з перетворення соціального світу, так і звичні вчинки, які не потребують пояснення [1, с. 97].

Значний внесок у концептуалізацію поняття соціальної практики зробив представник структурно-діяльнісного підходу в соціології Е. Гіденс. Учений доходить до того, що пізнавати соціальну дійсність необхідно шляхом вивчення конкретних соціальних практик, процес відтворення яких визначається активним характером дій соціальних акторів. Згідно з Е. Гіденсом, сталі, типові зразки соціальної поведінки детерміновані соціальним відтворенням, його рутинною. Рутинна – соціальні практики, які засновані на хаотичному характері повсякденної взаємодії. Рутинізація соціальних практик стає умовою соціальної стабільності. Вона забезпечує адекватне взаємне сприйняття вчинків індивідів та не потребує при цьому наведення раціональних аргументів [10, с. 65–66].

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, за Г. Гарфінкелем, це «можливість пояснити практики, спостерігати й повідомляти їх рефлексивний характер, коли дії, завдяки яким індивіди створюють ситуації організованої повсякденної діяльності та керують ними, ідентичні процедурам, до яких звертаються індивіди,

щоб пояснити ці ситуації, а смисл поведінки повинен бути виявлений й самій поведінці» [4, 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 соціальна практика зумовлена, з одного боку, культурним контекстом, полем буття індивіда чи соціальних груп, з іншого – значенням конкретної ситуації, в якій реалізуються потреби й очікування індивіда.

Зокрема, Т. Заславська тлумачить соціальні практики як «...конкретні форми функціонування суспільних інститутів, загальною ж формою реалізації кожного інституту виступає... сукупність відповідних соціальних практики» [6, с. 7]. Дослідники В. Волков і О. Хархордін розглядають соціальні практики як джерело осмисленості, підкреслюючи активну роль людської діяльності у відтворенні й зміні соціальної системи [3]. «Оволодіти практикою значить оволодіти смислом, не замислюючись над послідовністю реалізації соціальних дій» [2, с. 9]. На думку С. Шугальського, соціальна практика виступає «...як сукупність конкретних звичних (рутинних) дій індивідів, груп, спільнот, організацій у реальному часі й просторі, яка забезпечує стійке функціонування соціальних інститутів» [12, с. 278]. В. Шаленко називає соціальними практиками «мислення “за звичкою”, наслідування правила, поведінку, що має ритуальний характер» [11, с. 102].

Дослідники В. Добреньков і А. Кравченко соціальними практиками вважають «сукупність прийнятих у культурі (традиційних) способів діяльності, навичок поводження з різними предметам; мислення або дія “за звичкою”, наслідування правила, поведінку, яка має ритуальний характер...». «Повсякденні соціальні практики допомагають організувати узгоджені дії великих груп людей, вносять у їхнє життя і поведінку визначеність і передбачуваність, завдяки чому підтримують існування соціальних інститутів» [8, с. 135–136].

У межах діяльнісного підходу соціальні практики виступають способом самовираження, самоствердження й самореалізації особистості. У цьому сенсі їх розуміють як упорядковані сукупності навичок цілеспрямованої діяльності, які допомагають особистості функціонувати та вдосконалюватися в соціальній якості. Методологія діяльнісного підходу надає змогу розглядати категорію соціальної практики стосовно всіх сфер буття людини: фізичного, індивідуально-особистісного й соціального, що обґрунтовує універсальний характер діяльності. У всіх сферах суспільного життя має місце реалізація діяльнісного потенціалу, а результатом такої реалізації виступають соціальні практики. Отже, «до структури практики входять категорії “дія” і “діяльність” (що розуміється як конкретна практика). У структурі практики можливе виділення двох основних сторін: “внутрішньої” і “зовнішньої”. “Внутрішня” практика передбачає духовні й вольові зусилля особистості... основною категорією аналізу сфери практичного

буде поняття мораль дії. “Зовнішня” практика виступає як інструментально-предметне ставлення людини до світу, еквівалентом цього поняття є поняття “матеріально-предметна діяльність”» [5, с. 435]. Різні зовнішні форми соціальних практик інституціоналізуються, стаючи стійкими, соціально-нормативними, які здійснюють організуючий вплив на соціальне життя. Інша частина практик залишається за межами соціальних і культурних норм, формуючи девіантні, протестні, субкультурні й навіть контркультурні прояви соціальної активності. Тому соціальні практики приводять до формування нових ідентичностей, які не лише сприяють усвідомленню власної цілісної, а й надають змогу адаптивно реагувати на соціальні зміни, відкриватися новому досвіду.

Отже, концептуалізація поняття «соціальна практика» в соціологічному дискурсі надає змогу подати її як сукупність соціальних дій і взаємодій соціальних акторів (індивідів, соціальних груп), які: 1) де терміновані соціально-статусними й нормативно-ціннісними регулянтами; 2) зумовлюються наявністю в соціальних акторів ресурсів соціального, економічного, політичного та культурного капіталів; 3) упорядковані в просторі й часі, прив’язані до певного контексту та фону; 4) не створюються соціальними акторами, а лише відтворюються ними; 5) визначаються як загальні схеми типізації та інтерпретації соціальної поведінки й взаємодії; 6) відтворюються в різних соціально-культурних підпросторах і соціальних полях.

У контексті цього дослідження набуває актуальності вплив регіональних особливостей на формування соціальних практик сучасної молоді. Спробуємо розкрити концептуальний зміст поняття «регіон» у контексті формування й відтворення соціальних практик локальних спільнот (у тому числі молоді). Варто зауважити, що за всієї різноманітності підходів до трактування поняття регіону дослідники вказують, насамперед, на його просторову сутність, що набуло наукової ваги в соціологічних інтерпретаціях категорії «регіон». Саме соціологія регіонів, як зазначає І. Кононов, стає тією «теорією середнього рівня», завдяки якій поглиблюватиметься загальне розуміння простору в соціології [7, с. 57–78]. Зміщення дослідницької уваги у сферу просторових уявлень привело до якісно нового розуміння регіону та спільноти, яка проживає в його межах. Група та регіон набувають рис «колективної суб’єктності» (регіонального співтовариства) [9, с. 7]. Водночас формується нове регіональне світосприйняття, коли регіон характеризується чіткою локалізацією – як територія, як субспільнота і як ідентифікаційна система. Таким чином, у межах цього дослідження під регіоном будемо розуміти адміністративно-соціально-територіальну спільноту (соціальний простір), якій притаманна сукупність етнокультурних ідентичностей, спільність економічних умов і соціальної організації, схожість відтворювальних соціальних практик, ін-

ституціоналізація яких відбувається за умови сформованості регіональної ідентичності територіальної спільноти.

Соціальна практика формується на основі ціннісно-нормативної системи певного соціокультурного простору, що поєднує в собі вплив багатьох факторів. По-перше, це чинники суб'єктивного характеру, пов'язані з процесом соціалізації індивіда, специфікою та унікальністю життєвого шляху, індивідуально-психологічними особливостями, з процесом формування позитивної/негативної Я-концепції особистості. По-друге, об'єктивні чинники – соціальне середовище, в якому індивід народився: соціальний статус родини, місце проживання, рівень добробуту родини, виховний потенціал родини, наявність/відсутність кризових об'єктивних явищ (війна, природні катаклізми, тоталітарний тип суспільства тощо) та інститути соціалізації молоді – сім'я, дитячий садок, навчальний заклад, друзі і знайомі, професія, місце роботи. По-третє, чинники соціокультурного характеру, які пов'язані з національним менталітетом, релігійною конфесією, що домінує в суспільстві, ціннісно-нормативною системою в цьому суспільстві. По-четверте, чинники інформаційно-політичного впливу: ЗМІ, Інтернет, реклама споживання, політичні ідеології тощо. По-п'яте, чинники, пов'язані із соціальними трансформаціями – глобалізацією, становленням інформаційного суспільства, специфікою транзитивного суспільства, що особливо актуально для українського соціуму, яке переїбує в перехідному періоді розвитку.

Для виявлення специфіки впливу різних факторів та інститутів на формування й відтворення соціальних практик сучасної молоді в регіональному контексті було проведено соціологічне опитування, в якому взяли участь 2000 молодих людей віком від 16 до 35 років Запорізької й Тернопільської областей, які репрезентують молодь Західного та Південно-східного регіонів України (травень-червень 2018 р.). З них 1000 респондентів (50%) – молодь, яка проживає в Запорізькій області, і 1000 респондентів (50%) – молодь, яка проживає в Тернопільській області. Вибірку становлять: 1) чоловіки – 45,05%; жінки – 54,95%; 2) молодь віком 16–19 років – 24,28%; 20–25 років – 39,08%; 26–35 років – 36,63%. За видом занять респонденти розподілилися таким чином: 10,33% – учні середньої школи, ПТУ; студенти ЗВО – 30,46%; працююча молодь – 46,75%; безробітні – 4,79%; домогосподарки – 7,67%. Надійність і валідність результатів дослідження забезпечується завдяки застосуванню комплексу аналітичних і статистичних методів, методів параметричної та непараметричної статистики (за допомогою ППП STADIA 6.0, SPSS 14.0).

У табл. 1 подано розподіл факторів формування соціальних практик молоді в цілому за вибіркою, а в табл. 2–3 – серед молоді Запорізької й Тернопільської областей.

Таблиця 1

**Фактори та інститути формування соціальних практик
сучасної молоді в цілому за вибіркою, %**

Фактори	Дуже впливають	Скоріш впливають	Важко відповісти	Скоріш не впливають	Зовсім не впливають
ЗМІ	41,6	34,0	13,2	8,3	2,9
Інтернет, соціальні мережі	69,7	22,2	3,8	2,9	1,5
Реклама	31,6	37,8	14,6	11,3	4,7
Кіно і телебачення	34,0	40,8	12,7	9,2	3,4
Родина	64,4	25,2	6,8	2,3	1,2
Друзі, знайомі, однолітки	57,0	30,2	7,4	3,2	2,2
Церква, релігійні організації	13,4	26,5	26,4	20,1	13,5
Приклад успішних і відомих людей	21,4	36,5	23,3	12,8	6,0
Соціально-політична й економічна ситуація в Україні	16,7	32,3	27,1	15,4	8,5
Школа, ЗВО	26,5	43,4	14,8	9,0	6,4
Професійна діяльність	31,8	39,5	15,9	7,0	5,8

Таблиця 2

**Фактори та інститути формування соціальних практик
молоді Запорізької області, %**

Фактори	Дуже впливають	Скоріш впливають	Важко відповісти	Скоріш не впливають	Зовсім не впливають
ЗМІ	52,2	28,2	8,6	8,0	3,0
Інтернет, соціальні мережі	74,6	17,8	2,4	3,0	2,2
Реклама	39,8	34,4	11,6	9,2	5,0
Кіно і телебачення	39,6	36,0	11,8	8,8	3,8
Родина	67,8	22,4	6,6	2,0	1,2
Друзі, знайомі, однолітки	61,6	27,0	6,0	2,8	2,6
Церква, релігійні організації	6,6	18,4	27,4	26,0	21,6
Приклад успішних і відомих людей	21,6	32,4	22,2	16,2	7,6
Соціально-політична й економічна ситуація в Україні	17,4	28,6	24,8	18,0	11,2
Школа, ЗВО	29,8	38,4	12,2	10,4	9,2
Професійна діяльність	33,6	33,6	16,6	8,8	7,4

Таблиця 3

**Фактори та інститути формування соціальних практик
молоді Тернопільської області, %**

Фактори	Дуже впливають	Скоріш впливають	Важко відповісти	Скоріш не впливають	Зовсім не впливають
ЗМІ	29,6	40,6	18,5	8,7	2,7
Інтернет, соціальні мережі	64,0	27,1	5,5	2,7	0,7
Реклама	22,3	41,7	18,0	13,7	4,3
Кіно і телебачення	27,6	46,2	13,7	9,6	3,0
Родина	60,6	28,5	7,1	2,7	1,1
Друзі, знайомі, однолітки	51,7	33,9	8,9	3,6	1,8
Церква, релігійні організації	21,2	35,8	25,3	13,4	4,3
Приклад успішних і відомих людей	21,2	41,2	24,6	8,9	4,1
Соціально-політична й економічна ситуація в Україні	15,9	26,4	29,6	12,5	5,5
Школа, ЗВО	22,8	49,0	17,8	7,3	3,2
Професійна діяльність	29,8	46,2	15,0	5,0	3,9

Отже, на думку молоді, найбільш значущими чинниками формування соціальних практик сучасної молоді та її стилезжиттєвих орієнтацій є Інтернет і соціальні мережі, сім'я, друзі та знайомі, ЗМІ, кіно та телебачення, тобто інформаційний медіапростір і близьке соціальне оточення як агенти та інститути соціалізації індивіда. Друга впливова група чинників представлена традиційними соціальними інститутами соціалізації, пов'язаними з навчанням, отриманням професії та професійною самореалізацією, особливості яких сприяють відтворенню соціальних практик відповідної спрямованості (як з урахуванням об'єктивно існуючих умов самореалізації, так і внутрішніх мотивів, що домінують). За регіональною ознакою істотних розбіжностей не виявлено, однак для молоді Запорізької області вагомим чинником соціальних практик є інформаційний медіапростір, а для молоді Тернопільської області – традиційні об'єктивні інститути соціалізації (навчальний заклад, професія, місце роботи), а також церква й релігійні організації (57%).

Висновки. Соціологічна рефлексія основних теоретико-методологічних підходів до розуміння категорії «соціальна практика» надала змогу зробити такі висновки: 1) соціальна практика, формуючись у певному соціально-культурному полі, породжується габітусом через усвідомлення агентом схем інтерпретацій соціальної дійсності; 2) соціальна практика – це сукупність сталих дій та взаємодій соціального суб'єкта, у яких здійс-

нюється 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) соціальна практика як система зразків соціальної взаємодії, що відтворюється через інституціоналізацію й нормативну систему; 4) соціальна практика виступає як значеннєва схема інтерпретації соціального досвіду. Виявлено, що соціальні практики формуються як результат впливу ціннісно-нормативної системи певного соціокультурного простору, інформаційного медіапростору й близького соціального оточення, причому в контексті соціального простору регіону значимими інститутами соціалізації як чинники формування соціальних практик виступають інформаційний медіапростір та близьке соціальне оточення (Південно-Східний регіон) і традиційні соціальні інститути – навчальний заклад, професійна діяльність, релігія (Західний регіон).

Список використаної літератури

1. Бурдьє П. Начала. Choses dites / пер. с фр. Н. А. Шматко. Москва: Socio-Logos, 1994. 288 с.
2. Волков В. В. О концепции практик в социальных науках. *Социологические исследования*. 1997. № 6. С. 9–23.
3. Волков В. В., Хархордин О. В. Теория практик. Санкт-Петербург: Изд-во Европейского ун-та в Санкт-Петербурге, 2008. 298 с.
4. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 335 с.
5. Дьяков А. А. Философия и практика: было ли прошлое, есть ли настоящее, будет ли будущее? *Наука. Философия. Общество* : материалы V Рос. философского конгресса: в 3 т. Новосибирск, 2009. Т. I. 531 с.
6. Заславская Т. И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. Москва: Дело, 2002. 568 с.
7. Кононов І. Соціологія і проблеми просторової організації суспільства. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2004. № 4. С. 57–78.
8. Кравченко А. И. Социология в вопросах и ответах: учеб. пособие. Москва: Проспект, 2007. 240 с.
9. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса, 2008. 405 с.
10. Современная социальная теория: Бурдьє, Гидденс, Хабермас: учеб. пособие / пер. и вступ. ст. А. В. Леденевой. Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1995. 119 с.
11. Шаленко В. Н. Социология. Москва: Проект, 2003. 224 с.
12. Шугальский С. С. Социальные практики: интерпретация понятия. *Знание. Понимание. Умение*. 2012. № 2. С. 276–280.

Стаття надійшла до редакції 12.02.2019.

Матюхин Д. А. Факторы и институты формирования социальных практик современной молодежи: региональный аспект

В статье представлены результаты теоретического анализа и эмпирического исследования факторов формирования и воссоздания социальных практик современной молодежи в контексте территориальной специфики региона. Концептуализировано понятие «социальная практика» как совокупность социальных действий и взаимодействий социальных актеров (индивидов, социальных групп), детерминированные социально-статусными и нормативно-ценностными регулянтами, упорядоченные в опреде-

ленном пространстве, времени и контексте, определяются как общие схемы типизации и интерпретации социального поведения и взаимодействия и воссоздаются в разных социально-культурных подпространствах и социальных полях. По результатам социологического опроса молодежи Западного и Юго-восточного регионов Украины выявлено, что наиболее значимыми факторами формирования социальных практик современной молодежи являются: Интернет и социальные сети, семья, друзья и знакомые, СМИ, кино и телевидение, то есть информационное медиaprостранство и близкое социальное окружение как агенты и институты социализации молодежи. Поскольку значительных статистических расхождений в показателях не выявлено, отмечено, что для молодежи Запорожской области весомым фактором социальных практик выступает информационное медиaprостранство, а для молодежи Тернопольской области – традиционные объективные институты социализации.

Ключевые слова: социальные практики, деятельностный подход, практики потребления, регион, региональная идентичность, социализация молодежи, факторы и институты социализации.

Matyukhin D. Facts and Institutes of Formation of Social Practices of Modern Youth: Regional Aspects

The article presents the results of theoretical analysis and empirical research of the factors and factors of the formation and reproduction of social practices of modern youth in the context of the territorial specificity of the region. Conceptualized the concept of «social practice» as a set of social actions and interactions of social actors (individuals, social groups), which are determined by social status and normative and value regulators, arranged in a certain space, time and context, are defined as general schemes of typification and interpretation of social behavior and interactions and are reproduced in various socio-cultural subspaces and social fields.

The sociological reflection of the main theoretical and methodological approaches to understanding the category of «social practice» made it possible to draw the following conclusions: 1) social practice, formed in a certain socio-cultural field, is generated by habitus through awareness of the agent of the schemes of interpretations of social reality; 2) social practice is a set of sustained actions and interactions of a social subject in which his interrelation with the social system and other subjects within a certain culture and time interval is carried out, as well as subjective defined life needs are realized; 3) social practice as a system of samples of social interaction, reproduced through institutionalization and normative system; 4) social practice acts as a semantic scheme for interpreting social experience.

It is revealed that social practices are formed as a result of the influence of the value-normative system of a certain socio-cultural space, the media media space and the close social environment, and in the context of the social space of the region significant institutions of socialization as factors of the formation of social practices act – information media space and close social environment (Southeast region) and traditional social institutions – educational institution, professional activity, religion (western region).

According to the results of a sociological survey of young people in the Western and Southeastern regions of Ukraine, the most significant factors in the formation of social practices of modern youth are: Internet and social networks, family, friends and acquaintances, media and cinema and television, that is, media media space and close social the environment as agents and institutions of socialization of youth. Despite the fact that no significant statistical discrepancies were found in the indicators, it should be noted that for the young people of the Zaporizhzhia oblast the media media area is a significant factor in social practices, and for the youth of the Ternopil oblast there are traditional objective institutions of socialization.

Key words: social practices, activity approach, consumption practices, region, regional identity, socialization of youth, factors and institutes of socialization.

УДК 316.658.4

А. Г. СТАДНИК

ВИКОРИСТАННЯ PR ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОЦЕСІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН

На теоретичному рівні розглянуто поняття паблік рилейшинз та його роль у процесі інформаційних війн. Розкрито сутність використання PR-технологій під час інформаційної війни та їх вплив на громадську думку й масову свідомість. Проаналізовано засоби та канали впливу, які використовує PR в процесі інформаційної війни, а саме: іміджмейкінг, брендинг, методи PR (спічрайтинг, спін-майстер, перформанси, організація спеціальних подій, прес-посередництво, спонсорство та благодійність, фандрейзинг тощо), технології PR (електоральні, інформаційні, аналітичні, кризові та інші; політичні, соціологічні, психологічні та інші; «білі», «сірі», «чорні»; спеціальні-маніпулятивні, НПП-технології тощо), організація PR-кампаній, зокрема використання креативу, лобіювання, кризовий PR тощо.

Ключові слова: паблік рилейшинз, інформаційна віна, громадська думка, іміджмейкінг, брендинг, лобіювання.

Розглядаючи паблік рилейшенз як засіб, який забезпечує вплив інформаційних війн на масову свідомість та громадську думку, потрібно, насамперед, визначитися з тим, чим він відрізняється від політичної реклами та пропаганди. Один із засновників піару в Україні Г. Г. Почепцов формулює цю відмінність таким чином: «ПР можна розглядати як теорію скісного та, відповідно, слабого комунікативного впливу на відміну від прямого та сильного, який представляють реклама та пропаганда. Це як от медикаментозне лікування на відміну від хірургічного. Але цей слабкий вплив посилюється при функціонуванні (мається на увазі піару. – А. С.), оскільки здійснюється через чітке визначення цільової аудиторії, для якої і готується відповідне повідомлення» [1, с. 225]. Варто зауважити, що це твердження автора дуже чітко та лаконічно розкриває специфіку функціонування паблік рилейшинз загалом і в комунікативній сфері зокрема. Дійсно, на перший погляд, пряме й активне «вторгнення» пропаганди та реклами в комунікаційний процес може свідчити про високу активність й ефективність їх впливу на масову свідомість та громадську думку. Однак, подібний вплив прямих рекламних чи пропагандистських повідомлень, матеріалів не завжди сприймають позитивно.

Тому можна говорити про те, що, незважаючи на недостатньо серозний, на перший погляд, вплив піару на масову свідомість і громадську думку, він може бути (і найчастіш буває) набагато ефективнішим, ніж «пряме вторгнення» реклами чи пропаганди. Пояснюється це цілою низкою чинників. Назвемо деякі з них. По-перше, при проведенні піар-заходів ринок, на який вони спрямовані, ретельно сегментується, тобто виділяють окремі

групи громадськості, на які спрямовані певні комунікативні заходи (до реклами тих чи інших товарів або послуг, яка найчастіше спрямована на всі групи населення, буває менш ефективною, ніж PR).

По-друге, під час реалізації PR активно використовують такі засоби, канали впливу, як іміджмейкінг та брендинг, які мають особливе значення при проведенні інформаційних війн, коли необхідно створювати певні образи супротивника, його дій тощо (наприклад, «хунта», «бойовики», «Кримнаш» тощо).

По-третє, підвищення ефективності комунікативних процесів можливе завдяки різноманітним методам та технологіям PR (від таких, як спічрайтинг чи спін-майстер, до технологій нейролінгвістичного програмування).

По-четверте, як слушно зауважує Б. Л. Борисов, PR – це складова різних культурних і соціально-економічних явищ, при характеристиці якого можна вживати термін «бай-пас» (обхід). «Окрім хірургії, – наголошує автор, – де означає створення обхідних шляхів для кровотоку, застосовується він і у нафто бізнесі, де означає створення альтернативного трубопроводу для перекачування нафтопродуктів. Образно кажучи, PR – це сума технологій створення бай-пасів у суспільній комунікації» [2, с. 379]. І це ще не всі переваги такої форми комунікативного впливу на громадську думку, як паблік рилейшнз.

Існують десятки (якщо не сотні) його визначень. Наведемо одне з них, яке, на нашу думку, є найбільш вдалим: паблік рилейшнз – це функція управління, яка сприяє встановленню та підтримці взаємовигідних зв'язків між організацією й громадськістю, від якої залежить успіх чи невдача діяльності організації.

У загальному вигляді все дуже просто. Але як саме організація вирішує відповідні проблеми, встановлюючи подібні відносини з громадськістю? Чим відрізняється подібна діяльність від загальновідомих менеджерських підходів до управління? Відповідаючи на ці запитання, варто звернутися до характеристик російського політолога та психолога, автора праці «Політичний PR» Д. В. Ольшанського. Автор зазначає, що піар виник у ситуації, коли необхідно було створювати «другу реальність», яка б у будь-яких випадках «замінювала» ту реальність, яка існувала насправді.

Саме при виникненні піару в політичній та економічній сферах суспільства «вперше стали виникати інсталяції, що були покликані створювати інформаційну квазіреальність. Значно відрізняючись від реальності життя, квазіреальність PR повинна була виглядати абсолютно правдоподібно – настільки, щоб люди сприймали її як саме життя, вірили їй та керувалися нею» [3, с. 14]. Цікаво, що праця Д. В. Ольшанського вийшла у 2003 р. Можливо, треба вже називати російську пропаганду не пропагандою, а піаром, зважаючи на те, що більшість росіян саме таку створену

штучно квазіреальність сприймає як реальність, саме життя (йдеться про ставлення до ситуації на Сході України).

Наукових праць, присвячених паблік рилейшинз, багато, з-поміж вітчизняних дослідників варто назвати таких, як: І. Л. Вікентьев, М. В. Гундарин, Є. В. Зазикіна, В. Г. Королько, Г. Л. Тульчинський, Л. Н. Федотова. Серед іноземних авторів проблему паблік рилейшинз аналізували Ф. Буарі, К. К. Скотт, Д. Ньюсом, Дж. ВанСлайк Терк, К. Дин.

Проте до сьогодні немає джерел, у яких був би висвітлений зв'язок паблік рилейшинз та інформаційних війн, що й зумовлює актуальність статті.

Мета статті – розкрити відмінності паблік рилейшинз від політичної реклами та пропаганди; визначити специфіку використання паблік рилейшинз у процесі інформаційних війн.

Продовжуючи аналіз проблем впливу паблік рилейшинз у процесі ведення інформаційних війн на масову свідомість та громадську думку, потрібно звернути увагу ще на один аспект взаємозв'язку інформаційної, комунікативної складової й реального життя: «Інформаційна квазіреальність – вже не просто підміняє, а часто заміняє і навіть витискує матеріальний, предметний світ. У певному сенсі буття перестало визначати свідомість – навпаки, усе частіш саме свідомість визначає буття. Маніпуляція свідомістю стає нормою життя. Це не є добрим чи поганим – це реальний факт. Якщо раніше ми робили наголос на те, що свідомість віддзеркалює реальний світ, то тепер побачили й інший бік медалі: свідомість не просто віддзеркалює, вона ще й створює світ, що нас оточує» [3, с. 10].

Відзначивши цю важливу обставину, що стосується ролі інформації, комунікації, створення інформаційної квазіреальності у впливі на людей, масову свідомість, громадську думку, перейдемо до розгляду проблеми впливу паблік рилейшинз на громадську думку в процесі ведення інформаційних війн. З усього арсеналу засобів, методів і технологій PR виділимо деякі найважливіші, що можуть створювати інформаційну реальність і квазіреальність, впливати на масову свідомість та громадську думку:

- іміджмейкінг;
- брендинг;
- методи PR (спічрайтинг, спін-майстер, перфоманси, організація спеціальних подій, прес-посередництво, спонсорство та благолійність, фандрейзинг тощо);
- технології PR (електоральні, інформаційні, аналітичні, кризові тощо; політичні, соціологічні, психологічні тощо; «білі», «сірі», «чорні»; спеціальні-маніпулятивні, НЛП-технології тощо);
- організація PR-кампаній, зокрема використання в них креативу;
- лобіювання;
- кризовий PR.

Іміджмейкинг. Відомо, що імідж – це мислене уявлення про людину, товар, організацію тощо, що реально існує та формується в масовій свідомості за допомогою пропаганди, реклами й піару. Безумовно, насамперед, завдяки піару. Наприклад, якщо йдеться про російсько-українську інформаційну війну, то в Україні велика увагу приділяють створенню та просуванню в масовій свідомості населення країни іміджу В. Путіна.

Водночас, з одного боку, крім іміджу російського президента українські пропаганда та піар практично не звертають уваги на подібну роботу щодо іміджу інших російських політиків (якщо не враховувати деякі іронічні зауваження щодо фігури В. Жириновського); з іншого – ті ж засоби пропаганди та піару дуже обережно ставляться до створення та розповсюдження іміджу ключових українських політиків.

І це не даремно! Тому що, відповідно до загальних підходів до створення реального та ефективного іміджу, у його основі має певний стереотип, типаж. Наприклад, такий, як «цар», «лицар», «хазяїн», «профі», «аскет», «герой», «романтик», «батько народу», «адміністратор», «реформатор» тощо. Саме беручи за основу такий стереотип і «додаючи» до нього ті чи інші характеристики конкретного політика, можна створити реальний та ефективний імідж для виконання серйозних завдань у процесі інформаційної війни.

Саме тому, на нашу думку, імідж В. Путіна, в основі якого, безумовно, є типажі «цар» та «хазяїн», є на сьогодні найбільш значущим і діловим. Причому як у російського населення, так і українського, хоча, зрозуміло, із різним «знаком» – позитивним та негативним. Саме тому «фігура» В. Путіна виступає як ключова в будь-яких аспектах реалізації інформаційних війн, практично не потребує при своєму використанні дуже часто ніяких додаткових зусиль з боку як російської, так і української пропаганди.

Водночас сьогодні дуже важко визначити когось з українських політиків, так би мовити, «першого ряду» для створення ефективного іміджу, який може виступати вагомим та переконливим з погляду його використання в процесі інформаційної війни з тією ж Росією. Дійсно, який стереотип, типаж можна використати при створенні, наприклад, іміджу П. Порошенка? «Хазяїн»? Але відразу кожному українцю в цьому випадку здається, що йдеться про його бізнесову діяльність: якщо він і є «хазяїном», то свого бізнесу. «Реформатор»? Знову ж люди (причому не тільки в Україні чи Росії, а й у країнах Європи, США) звертають увагу на «специфічний» підхід до проведення в країні реформ та їх темпи. І таке інше.

Щодо іміджу обох прем'єр-міністрів у період після Майдану, то ключовий «стереотип» для створення їх іміджу чітко визначив в одному із своїх виступів колектив «95 кварталу», за що ледве не здобув тавро «ворога України». Розгляд цих проблем можна продовжувати. Однак, цілком очевидно, що на сьогодні в українському політикумі немає осіб для ство-

рення позитивного іміджу. До речі, навіть найбільш кваліфіковані українські політтехнологи та парники не беруться за цю справу. Так, О. Медведєв, який працює радником та політтехнологом президента, у ході своїх виступів на телеканалах приділяє максимальну увагу скоріше виправданню тих чи інших дій П. Порошенка, ніж «розкручуванню» його іміджу.

Завершуючи розгляд проблеми створення в процесі піару ефективних іміджів українських політиків та використання їх в інформаційних війнах, варто зауважити, що її вирішення зараз практично неможливо. Що дуже шкодить ефективності інформаційної війни, що веде сьогодні Росія проти України. Причому йдеться навіть не про недостатню кваліфікацію українських політтехнологів або піарників, а про відсутність необхідного для цього «політичного матеріалу».

Брендинг. Важливим засобом публік рилейшнз, який може бути активно використаним в інформаційній війні, є брендинг, тобто розробка та впровадження, реалізація різноманітних брендів. Відомо, що в економіці, маркетингу під брендом розуміють торгову марку, яка користується довірою, популярністю в більшій частині покупців того чи іншого цільового ринку. Це розкручений товарний знак, що формує в споживача позитивне ставлення до певного товару завдяки маркетинговим та піарівським зусиллям.

«В політиці, – як слушно зауважує О. Є. Шинкаренко, – на відміну від економіки, процес створення бренду є значно складнішим. У першу чергу тому, що у цьому випадку ми маємо справу не з реальним (причому обов'язково якісним – це ключова умова) товаром, а товаром віртуальним. У цьому випадку “споживач” (виборець) навіть не може його реально побачити» [4, с. 188].

До цього справедливого зауваження (щодо віртуальності, з урахуванням якої будується політичний бренд) потрібно додати таке: на відміну від товарного бренду в економіці, маркетингу, політичний бренд не може спиратися лише на «якісний товар», бо подібний у політичній практиці існувати не може. Усе залежить від того, що саме для певного народу чи якоїсь соціальної або іншої групи може бути позитивним чи негативним.

Тому під час надання характеристики політичних брендів, а саме їх активно використовують у процесі ведення інформаційних війн, необхідно враховувати таке. По-перше, політичні бренди – це найчастіше бренди політичних партій та громадських чи інших організацій. По-друге, до структури подібного бренду входять такі елементи: ідеологія організації та її соціальна роль; організаційна структура; імідж організації або її лідера (лідерів); «фізика» бренду; місія організації, що її презентує бренд.

Розглянемо коротко сутність та структуру одного з відомих сучасних українських брендів, що був створений і використовується з періоду Майдану та в інформаційній війні з Росією в останні роки. Ідеться про «Правий

сектор». Упродовж декількох років саме «Правий сектор» виступає як основне «страховисько», що використовують російська влада й пропаганда в інформаційній війні, орієнтуючись на внутрішню російську громадськість, аудиторію.

Цікаво, що створений цей бренд був у дуже короткі строки, вже у період функціонування Майдану та став переконливим чинником в інформаційній протидії України та Росії. Це свідчить про те, що при його створенні були правильно використані основні підходи до побудови бренду.

По-перше, як ідеологія та соціальна роль організації були прийняті ідеологія «помірного» українського націоналізму й активного опору існуючій на той час владі, що не виправдала європейських сподівань українців, та зовнішнім силам, які намагалися придушити революційний рух українців.

По-друге, організаційна структура «Правого сектору» складалася з досить ефективної ідейно-політичної «частини» й грізних бойових груп, що брали активну участь у протистоянні на Майдані, а потім активно воювали в АТО.

По-третє, символом цієї організації став Дмитро Ярош, імідж якого був дуже специфічним (не будемо його описувати, він достатньо відомий) і приваблював прибічників практично з усіх груп та верств активного населення.

По-четверте, прибічниками та членами організації були відпрацьовані дуже цікаві й зрозумілі елементи «фізики» бренду, тобто його зовнішні ознаки, зокрема такі, як: кольори, логотип, прапор тощо.

По-п'яте, була достатньо чітко відпрацьована місія організації, тобто її погляди на подальші шляхи розвитку української держави й роль організації в цьому. На наш погляд, саме це свідчить про небажання керівництва організації та багатьох її членів зупиняти діяльність організації та розпустити її бойові загони, на що їй безперервно «натякають» керівні органи держави.

Яким чином можна підтвердити ту обставину, що «Правий сектор» дійсно є вагомим та ефективним брендом, який активно використовують в інформаційній (і не лише) війні проти Росії? З одного боку, це підтверджує така обставина: коли організація практично розкололася та з неї вийшов Д. Ярош, бренд не припинив свого існування. А про нову організацію, що її створює Д. Ярош, практично нікому в Україні не відомо, відповідного нового бренду в неї поки не існує. З іншого боку, керівництво РФ та її органи пропаганди й сьогодні, незважаючи на реальний розкол «Правого сектору» як єдиної організації, лякають ним росіян. У вересні 2016 р. в Російській Федерації були прийняті додаткові урядові рішення про загрози для Росії, що виходять від низки керівників «Правого сектору».

Приховане управління та НЛП-технології. У процесі організації інформаційних війн російське керівництво та російська пропаганда важливо-

го значення надають використанню не лише прямих пропагандистських атак на українське й власне населення та світову громадськість, а й різноманітним технологіям так званого прихованого управління. Під ним розуміють такий управлінський вплив його ініціаторів, за якого потрібні їм рішення приймає адресат впливу самостійно, без видимого тиску з боку його ініціаторів.

Серед технологій прихованого управління масовою свідомістю та громадською думкою виділяють технологію нейролінгвістичного програмування (НЛП), у процесі якого використовують сублімальні прийоми впливу на громадськість (тобто такі, що здійснюються повз увагу та свідомість адресата впливу). При цьому потрібно враховувати ту обставину, що йдеться не обов'язково про якийсь суто негативний маніпулятивний вплив на людину, масову свідомість. Взагалі маніпуляція – це різновид психологічного впливу на особистість або групу людей з метою управління їх поведінкою.

Маніпуляція може виступати (та саме в ході інформаційних війн часто виступає) як програмування думок і прагнень мас, їх настроїв, психологічного стану з метою забезпечення такої їх поведінки, яка необхідна власникам засобів маніпуляції. Але таке відбувається далеко не завжди, і маніпуляція свідомістю людей може бути як нейтральною, так іноді й позитивною (до речі, як і використання НЛП, наприклад, у процесі лікування деяких захворювань).

Як стверджує Д. Ольшанський, NLP – це особливий різновид психологічного сугестивного впливу, «що активно використовується в сучасній політичній пропаганді та рекламі... Практики стверджують, що за допомогою NLP-технологій здійснюється прямий вплив на підсвідомість людини, що супроводжується відключенням свідомого контролю з її боку. Спеціальним “ключовими словами” об’єкт уводиться у подобу трансу, який дозволяє здійснювати стандартизовані форми навіювання. Так виникає ефект “поширеної свідомості”, коли, наприклад, “запрограмований” виборець сприймає певного політика в потрібному світлі» [3, с. 173–174].

У практиці інформаційних війн застосовують різноманітні технологічні прийоми НЛП. Так, прийом пресуппозиція створює ілюзорний образ, враження вже здійсненої дії, прийнятого рішення в ситуації реальної невизначеності. Наприклад, головними меседжами російської пропаганди в останні післямайданні роки є такі: «Крим – наш», «Донбас – російський» тощо. Зрозуміло, що тим самим створюють певні ілюзії, яким значна частина росіян вірить. Тобто вірить у те, що Крим є навечно російським. До речі, подібні та інші прийоми використовують і в Україні, причому не лише у справах боротьби в інформаційній війні. Так, прийом пресуппозиції застосовують, коли, наприклад, підвищення цін на комунальні тарифи видають за активне здійснення реформ.

Організація PR-кампаній. Проблеми креативу. У цілому інформаційну війну можна розглядати як «ланцюжок» політичних та інформаційних комунікативних кампаній, що змінюють одна одну.

Якщо аналізувати політичну кампанію з позицій політичного менеджменту, то можна зробити висновок, що це управлінський процес, який ініційований політичним лідером (партією, громадським об'єднанням тощо) для досягнення політичних цілей методами й засобами, що викликають використання відкритих форм примусу та права створювати обов'язкові норми й правила [5, с. 67]. При її проведенні використовують певне планування, розробляють стратегію й тактику кампанії, аналізують її ресурси тощо.

Чим же відрізняється від звичайної політичної кампанії PR-кампанія (до речі, PR називають ще комунікаційним менеджментом)? Передусім, тим, що на відміну від традиційних політичних та інформаційних кампаній, вона, крім елементів, що притаманні будь-якій (оцінка ситуації, визначення цілей, планування бюджету тощо), має на меті, по-перше, безпосередній вплив на громадськість та громадську думку (а не використовується як елемент «супроводу» якоїсь економічної, екологічної, культурної чи іншої кампанії). По-друге, включає обов'язкове звернення до креативу, креативного рішення, що може, зрозуміло, бути використаним із різною мірою віртуозності, але обов'язково несе цікавий, новий, оригінальний підхід до опису та вирішення проблеми.

Особливо це стосується спеціальної проблематики при проведенні «гострих», нетрадиційних кампаній, що мають на меті стимулювати активність людей або докорінно змінити громадську думку. Зрозуміло, що саме такі кампанії проводять у ході інформаційних війн. Отже, як слушно зауважує В. А. Полторака, «PR-кампанія – це координований, цілеспрямований захід, що розробляється та здійснюється для досягнення важливих, ключових цілей організації шляхом впливу на громадськість та громадську думку з використанням спеціальних креативних піарівських засобів, методів і технологій» [6, с. 25].

Щодо структури організації подібної кампанії, то вона включає такі елементи: оцінювання ситуації; визначення цілей кампанії; визначення публіки (тобто груп громадськості, на які кампанія спрямована); відбір каналів комунікації, технологій впливу на громадськість; планування бюджету; безпосереднє проведення кампанії; оцінювання її результатів.

Спеціального розгляду потребує, на наш погляд, проблема креативу, креативних рішень, що використовують у відповідній кампанії. Саме поняття «креативу» було впроваджено у практику піару, реклами, пропаганди американським ученим Дж. Гільфордом для позначення здатності людини створювати щось якісно нове, навіть несподіване в певних умовах. Це поняття застосовують також для характеристики специфічного процесу,

ідеї, товару, яким притаманний креативний зміст (більш детально про специфіку креативних рішень див. [7; 8]).

Під час PR-кампаній одним з найважливіших елементів їх планування є розробка креативної, іміджевої та медіастратегій. Щодо першої, а саме вона нас цікавить, то її створення передбачає пошук та використання якихось творчих, нерутинних рішень, що надають змогу повернути особливу увагу громадськості до проблем і завдань, що вирішують у процесі PR-кампаній.

Висновки. Розглянуті вище та багато інших піарівських методів і технологій (наприклад таких, як електоральні, аналітичні, соціологічні, політичні тощо) свідчать про значну роль публік рилейшнз в організації та проведенні інформаційних війн. При цьому потрібно мати на увазі таке. По-перше, методи та технології PR виступають не як якісь «додаткові», уточнювальні до методів пропаганди та реклами, а як самостійні, що надають змогу значно посилити ефективність проведення інформаційних війн. По-друге, PR – це окремий, дуже важливий та непростий інструментарій впливу на інформаційні війни, що потребує спеціального вивчення, аналізу та організації використання в практичній роботі у відповідній сфері політичної та інформаційної діяльності.

Список використаної літератури

1. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз, или Как успешно управляют общественным мнением. Москва: Центр, 1998. 352 с.
2. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 624 с.
3. Ольшанский Д. В. Политический PR. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 544 с.
4. Шинкаренко О. Є. Бренд політичної партії в електоральному маркетингу. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. Запоріжжя: КПУ, 2014. Вип. 63. С. 188–194.
5. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. Москва: Дело, 2002. 400 с.
6. Полторак В. А. PR в бизнесе. Днепропетровск: Изд-во ДУЭП, 2008. 112 с.
7. Грин Э. Креативность в паблік рилейшнз. Санкт-Петербург: Нева, 2003. 224 с.
8. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 272 с.

Стаття надійшла до редакції 08.02.2019.

Стадник А. Г. Использование PR и его роль в процессе информационных войн

Теоретически рассмотрены понятие публік рилейшнз и его роль в процессе информационных войн. Раскрыта сущность использования PR-технологий в ходе информационной войны и их влияние на общественное мнение и массовое сознание. Проанализированы средства и каналы влияния используемых PR в процессе информационной войны, а именно: имиджмейкинг, брендинг, методы PR (спичрайтинг, спин-мастер, перформансы, организация специальных событий, пресс-посредничество, спонсорство и благотворительность, фандрейзинг и др.), технологии PR (электоральные, информационные, аналитические, кризисные и др.; политические, социологические, психологические и другие; «белые», «серые», «черные»; специальные-манипулятивные, НПП-технологии и др.), организация PR-кампаний, в том числе использование в них креатива, лоббирование, кризисный PR и пр.

Ключевые слова: *паблик рилейшнз, інформаційна війна, общественное мнение, иміджмейкинг, брендинг, лоббирование.*

Stadnyk A. Use of PR and its Role in the Process of Information Wars

At the theoretical level, the concept of public relations and its role in the process of information wars are considered and analyzed. The article discusses the essence of the use of PR technologies in the process of information warfare and their impact on public opinion and mass consciousness.

The tools and channels of influence used by PR in the process of information warfare are analyzed, namely:

– image-making, which creates the image of the country, a separate policy or political movement;

– branding, which is responsible for the development and implementation, implementation of various political brands;

– hidden management and NLP-technologies, which is understood as such managerial influence, in which the addressee of influence takes the necessary decisions on his own, without visible pressure from its initiators, but for them, so to speak, «order»;

– organization of PR-campaigns, during which they use planning, develop strategy and tactics of the campaign, use creative approaches.

Key words: *public relations, information warfare, public opinion, image-making, branding, lobbying.*

УДК 316.472.4

М. А. ЯЦЕНКО

ОСВІТА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

У статті подано огляд основних підходів до розгляду соціального капіталу, а також довіри як його основної складової. Визначено, що освіта є одним з вагомих факторів впливу на рівень довіри.

Ключові слова: соціальний капітал, довіра, міжособистісна довіра, освіта.

Довіра є однією з умов соціальних відносин та важливим ресурсом, який використовує індивід у своїх діях. Міжособистісна довіра являє собою впевненість у тому, що інші люди не будуть навмисно шкодити та будуть намагатися враховувати інтереси інших. Цей вид довіри володіє високою значущістю в повсякденному житті кожної людини, у розвитку та функціонуванні суспільних відносин. На індивідуальному рівні вона виступає регулятором щоденних комунікацій і дій людей, допомагаючи долати непередбачуваність та ризики середовища. На груповому – знижує напруженість, сприяє формуванню групових ідентичностей, відносин співробітництва, солідарності й толерантності, зберігає стійкість та інтегрованість суспільства, забезпечує підтримку інститутів влади. Ступінь поширеності міжособистісної довіри надає змогу судити про соціальний клімат і комфортність життєдіяльності в суспільстві.

Як показують дослідження, практично всі складові соціального капіталу, особливо довіра, тісно пов'язані з освітою. Освіта відіграє важливу роль, будучи на різних рівнях як результатом, так і фактором накопичення соціального капіталу. З огляду на фундаментальну роль довіри в міжособистісній взаємодії, групових формах організації та на рівні суспільства в цілому актуалізується потреба у вивченні специфіки й характеру функціонування цього феномену, а також виявлення факторів, які сприяють її підвищенню з метою формування та розповсюдження в суспільстві культури довіри.

Останнім часом проблема довіри набула особливого значення завдяки активному розвитку теорії соціального капіталу, яку перш за все пов'язують з працями П. Бурдьє, Дж. Коулмена, Р. Патнема, Ф. Фукуями.

Мета статті – визначити, чи дійсно соціальний капітал ґрунтується на високій довірі в суспільстві, яка, у свою чергу, залежить від освіти.

Одним з перших методологічних підходів до дослідження соціального капіталу як особливого виду ресурсу стала концепція французького соціолога П. Бурдьє [1]. Він, як і низка його сучасників, доповнив традиційну схему соціальної стратифікації новим, більш гнучким підходом до розуміння таких соціальних категорій, як статус, соціальна мобільність, влада.

П. Бурдьє описував такі категорії капіталів: економічний, соціальний, політичний, культурний, символічний – як тісно пов'язані та такі, що впливають один на одного. Він вважав, що ці капітали є факторами розподілу влади в суспільстві, що задають контур соціальної структури суспільства.

Концепція П. Бурдьє стала однією з перших моделей соціального світу як багатовимірного простору, вибудованого згідно з принципами групування й диференціації, де агенти та групи агентів займають позиції відповідно до тих властивостей, які здатні надавати їх власникам владу й силу в цьому універсумі. Таким чином, П. Бурдьє вводить поняття багатовимірного простору ознак, що характеризують акторів з погляду їх можливостей у боротьбі за місце в соціальній ієрархії. Багатовимірний простір ознак є основою для емпіричного вивчення соціальної стратифікації тих трансформаційних процесів, що існують у сучасному суспільстві. У міру вивчення властивостей соціального капіталу все більшого значення набуває його роль у соціальних змінах, відкривається новий погляд на природу економічних взаємодій, а також таких ключових для сучасних досліджень питань, як інноваційний потенціал, успішність, довіра, криза системи.

Вагомим підходом у сучасному інформаційному суспільстві, інноваційної економіки до визначення сутності соціального капіталу стала його конвертація в економічні ресурси Я. Корнаї [2], Ю. К. Плетникова [3], Р. Блом, Р. Х. Мелин, І. Сарно, А. Сарно [4] та ін. Однак саме поняття соціального капіталу є предметом активних дискусій і залишається відкритим для нових гіпотез, які прояснюють як природу явища соціального капіталу, так і закономірності його впливу на інші ресурси людини. Низка вчених ототожнює соціальний капітал з характеристиками соціальних груп і організацій, інші вивчають соціальний капітал виключно як індивідуальний фактор особистісного розвитку.

Чимало дослідників схилиються до думок про колективну природу соціального капіталу, що суперечить ідеям П. Бурдьє. Починаючи з Дж. Коулмена, одного з перших, хто ввів в обіг поняття соціального капіталу через виявлення його надіндивідуальної природи, закінчуючи сучасниками, соціальний капітал характеризується як потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, що породжується в міжособистісній взаємодії, іншими словами, сукупність відносин, що породжують дії [5]. При цьому довіра, за Дж. Коулменом, складається з концентрації очікувань і зобов'язань. Він робив акцент на нерозривному причинно-наслідковому зв'язку соціального капіталу виключно з колективною дією, а саме тими нормами й соціальними мережами, які цю дію організують і направляють. Саме в цьому, на думку Дж. Коулмена, полягає відмінність капіталу соціального від економічного: якщо соціальний капітал належить групам, то економічний може мати конкретного правовласника. В іншому разі соціальний капітал має характер суспільного блага, але при цьому виробляється раціональним і

вільним індивідом для отримання власної вигоди. У своїй сукупності, цей процес неможливий без соціального контракту, наборів соціальних норм і соціальних обмінів, передбачаючи, деякий базовий рівень довіри. Отже, за Дж. Коулменом, соціальний капітал – похідне від соціальних мереж, але, незважаючи на міжособистісну природу й зону застосування, має свої особливі якості, які не зводяться тільки до соціальних ефектів від міжособистісних взаємодій.

По-перше, соціальний капітал – це ресурс, обмежений нерівним становищем членів соціальних мереж, а значить, і нерівним доступом до ресурсів цих мереж.

По-друге, ріднить це явище з капіталом матеріальним те, що ця форма капіталу може бути накопичена й збільшена завдяки зростанню згуртованості соціальної групи, взаємній довірі між членами, а також забезпеченню можливостей доступу до ресурсів групи. Обсяг соціального капіталу обчислюється ступенем включеності індивідів у мережі і характеристиками цих мереж (розмір, щільність, сила і інтенсивність мережевих зв'язків).

По-третє, на відміну від капіталу економічного, соціальний володіє особливою ліквідністю, тобто не може бути відчужений від групи, що його породила, але, тим не менше, може конвертуватися в різні соціальні блага.

По-четверте, соціальний капітал може бути конвертований в інші види ресурсів. Так, досягнення економічних благ стає можливим завдяки гнучкій природі соціального капіталу: довіра, особисті зв'язки завжди знаходять більш короткий шлях ніж пропонує бюрократична система, дозволяють досягати мети, уникаючи формальні шляхи, офіційні бар'єри. І нарешті, здатний створювати ті самі ефекти соціальної фасилітації, які збільшують продуктивність праці без звернення до економічних заходів заохочення. Важливо вказати й головну мету створення методології вивчення соціального капіталу, яку Дж. Коулмен визначив як «використання економічних принципів раціональної поведінки в аналізі соціальних систем, не обмежуючись при цьому розглядом економічних систем і виконуючи аналіз таким чином, щоб не випадала соціальна організація» [5, с. 123].

Послідовники Дж. Коулмена розглядають соціальний капітал як фундаментальний етичний принцип сучасного демократичного суспільства. Згідно з його концепцією, економічна вигода соціального капіталу полягає в зменшенні витрат на організацію спільної діяльності, замінюючи громіздкі формальні правила колективної діяльності (що загрожують надмірним бюрократизмом і відсутністю інновацій), нелінійними зв'язками. Однак соціальний капітал потребує розвитку й інвестування – весь потенціал освоєння соціального капіталу Дж. Коулмен зводить до трьох основних форм застосування: обмін, інтеріоризація й екстеріоризація. Крім надіндивідуального, колективного рівня, соціальний капітал займає не менш ваго-

ме місце в системі життєвих шансів окремо взятого індивіда. Саме вплив філософії лібералізму звернув погляди дослідників соціального капіталу на актуальність і значущість його індивідуального вимірювання як атрибутів індивіда, котрі дають йому вагомі переваги в досягненні різноманітних життєвих цілей: захист майна, кар'єра, доступ до інформації. Таким чином, на індивідуальному рівні дослідники виокремлюють такі залежні від соціального капіталу блага, як задоволеність життям, рівень здоров'я, більш широка і сприятлива соціальна ідентифікація, навчання й виховання дітей, збільшення можливостей пошуку роботи, звільнення часу, когнітивна простота (відсутність тотальної необхідності вирішувати всі проблеми самостійно); на організаційному – колективний додаток знань, зниження плинності кадрів, успадкування організаційної поведінки, можливість неформального підвищення кваліфікації; на рівні суспільства – полегшення найважливіших функцій соціального контролю, обмін соціальним досвідом, здешевлення бюрократичного механізму, солідарність.

Роберт Патнем також вбачає в понятті соціального капіталу найважливіший сполучний компонент будь-якої успішної й потенційної соціальної організації. «Соціальний капітал, втілений у нормах і мережах громадської участі, є, імовірно, попередньою умовою економічного процвітання, як і ефективне самоврядування» [6, с. 80].

Саме Р. Патнем спробував створити емпірично вивірену (засновану на результатах дослідження американського суспільства), трифакторну модель соціального капіталу: норми взаємності, довіру й соціальні мережі. Два перші чинники належать соціально-психологічному виміру життєдіяльності індивіда. Тому Р. Патнем робить висновок на користь вивчення таких індивідуальних індикаторів, як сила контактів і їх інтенсивність, електоральна активність, участь у громадських об'єднаннях, задоволеність соціальними відносинами, довіра до сусідів, довіра до соціальних інститутів, почуття безпеки й дотримання норм взаємності. Групові показники є похідними від сукупного аналізу індивідуальних. Однак Р. Патнем пішов далі й зробив висновок про те, що економічні показники є залежними від соціальних, а економічна система в цілому – результат розвитку соціальних відносин, однак, на думку інших авторів, така позиція була занадто спірною, щоб зіграти якусь роль у розвитку уявлень про соціальний капітал.

Проте, саме Р. Патнему належить заслуга емпіричного вивчення динамічного аспекту соціального капіталу. Р. Патнем першим вивчив і описав суспільні реалії США в 1970–1980 рр. як значне зниження політичної активності громадян, громадських ініціатив, волонтерства, а також зменшення значущості обсягів колективного життя кожного індивіда.

Узагальнюючи підхід Р. Патнема до розгляду природи соціального капіталу, можна зазначити, що останній виступає як породження громадської організації (точніше, її складових компонентів – таких як соціальні мережі, соціальні норми і довіра). Соціальний капітал надає змогу при-

множити результати розвитку людського й матеріального капіталів і дозволяє всій системі вийти на новий рівень економічного розвитку.

Американський філософ Ф. Фукуяма, який розробив концепцію довіри як основоположної цінності сучасного суспільства, пов'язував між собою обидва явища – довіру та соціальний капітал – як взаємозумовлені й необхідні для розвитку соціальних систем. Соціальний капітал, таким чином, характеризує «потенціал суспільства або його частини, що виникає як результат довіри між його членами» [7, с. 30]. Місце соціального капіталу в структурі суспільних відносин Ф. Фукуяма визначає через «набір неформальних цінностей або норм, які розділяють члени групи і які роблять можливим співробітництво всередині цієї групи» [8, с. 52].

У своїй лекції «Що таке соціальний капітал?», яка проходила в Києві, Ф. Фукуяма, директор програм міжнародного розвитку в Університеті ім. Джона Хопкінса, надає таке його визначення: «Це норми, неформальні норми чи цінності, які роблять можливими колективні дії в групах людей. Це може бути як мала група, яка складається з двох друзів, котрі допомагають один одному з переїздом в іншу квартиру, так і велика група, наприклад, корпорація, чи, в деяких випадках, суспільство в цілому» [9].

Стриженем соціального капіталу Ф. Фукуяма вважає довіру. Розглядаючи соціальний капітал як певний потенціал суспільства, він зауважує, що цей потенціал виникає лише за наявності довіри між членами суспільства, тобто довіра – це основна складова соціального капіталу, яка означає в членів співтовариства очікування того, що всі його члени будуть вести себе чесно, більш-менш очікувано, з увагою ставитись до потреб оточення, жити в злагоді зі спільними нормами [9].

Багато вчених, розробляючи теорію соціального капіталу, виокремлювали освіту як фактор, який впливає на рівень довіри. Наприклад, П. Бурдьє вказував, що «обсяг соціального капіталу, який має цей агент, залежить від розміру мережі зв'язків, які він може ефективно мобілізувати» [10], а навчальні заклади є найважливішими центрами кристалізації соціальних мереж.

Дж. Коулмен одним з перших емпірично показав тісний взаємозв'язок людського та соціального капіталу. Успішність школярів сильно корелює з кількістю соціального капіталу в родині й у найближчому оточенні батьків. При цьому розрив соціальних зв'язків (часті переїзди родини), як правило, знижує успішність [11]. Р. Патнем однозначно вказував на те, що освіта є «найважливішим предиктором громадянської активності в усіх її формах» і пов'язана із соціальним капіталом не тільки безпосередньо, а й за допомогою позитивних зовнішніх ефектів [12]. Якщо взаємозв'язок освіти й соціального капіталу не викликає сумнівів, то його природа та характер зв'язку залишаються предметом наукових дискусій. Щоб зрозуміти механізми цього зв'язку, необхідно виділити кілька рівнів впли-

ву: сім'я (мікрорівень), місцеві спільноти (мезорівень), країна в цілому (макрорівень).

У своїй статті [11] Дж. Коулмен виділив два рівні соціального капіталу – в сім'ї та в оточенні батьків – і звернув увагу на їх першорядну важливість для інтелектуального розвитку дитини. За його словами, людський капітал батьків, виражений у рівні їх освіти, може виявитися марним для дітей при нестачі уваги та спілкування. Батьки можуть використовувати свої знання виключно на роботі або в інших сферах діяльності, і тоді, яким би не був їх людський капітал, дитина не отримає від цього переваг за відсутності соціального капіталу в родині. Результати аналізу даних 4000 сімей показали, що частка відрахованих зі школи учнів вище в неповних і багатодітних сім'ях, які відчувають дефіцит соціального капіталу [13]. Наступні дослідження показали, що соціальний капітал пояснює більшу частину варіації в успішності дітей навіть при врахуванні впливу фінансового й людського капіталу батьків. Більше того, соціальний капітал у сім'ї визначає ефективність фінансових витрат на освіту.

На мезорівні соціальний капітал покращує успішність і підвищує ймовірність продовження навчання в закладах вищої освіти в результаті частих контактів батьків з учителями і між собою [14]. Тісні соціальні зв'язки сім'ї забезпечують доступ до інституційних ресурсів (спільноти випускників, залученість в академічне середовище тощо), які можуть стати для неї цінним активом. Крім того, залученість батьків у справи школи несе позитивні екстерналії для всіх учнів.

Емпіричні дослідження на макрорівні також підтвердили тісний зв'язок освіти й соціального капіталу. Зокрема, С. Нак і П. Кіфер [15] виявили, що рівень довіри та дотримання громадянських норм вище в країнах з високою часткою людей із середньою освітою. Дослідники А. Алесіна і Е. Ла Феррара показали, що освіта є найстійкішою детермінантою довіри на рівні штатів США [16]. У праці Н. Ні і співавторів [17] доведено, що зростання рівня освіти індивіда позитивно впливає на ймовірність його участі у виборах, довіру до незнайомих людей і толерантність. Водночас Д. Хеллівел і Р. Патнем [18] виявили, що багато видів соціальної взаємодії (членство в клубах, організаціях тощо) позитивно пов'язані як з освітою самого індивіда, так і з середнім рівнем освіти в регіоні його проживання. Т. Ді [19] на даних соціологічних опитувань у США довів, що зв'язок між освітою й різними формами громадянської активності має причинний характер. Використовуючи як інструментальну змінну показник географічної доступності навчальних закладів, автор встановив, що зростання рівня освіти сприяє підвищенню громадянської активності (голосування на виборах, участь в організаціях). Крім того, додаткову освіту підвищує якість поінформованості громадян: більш освічені схильні отримувати інформацію з газет і журналів, а не лише за допомогою телебачення й спілкування зі знайомими.

У праці М. Кремера та співавторів описано результати проведеного в Кенії польового експерименту, у ході якого оцінювали вплив освіти на політичні погляди й залученість громадян у політичний процес [20]. Одне з основних питань дослідження: які соціальні та політичні наслідки накопичення людського капіталу? Щоб відповісти на нього, автори опитали близько 3000 учнів з 69 шкіл в одному з районів Кенії. Потім у 34 школах, відібраних випадковим чином, була здійснена програма заохочення дівчат за успіхи в навчанні. Це призвело до помітного підвищення середніх балів успішності порівняно з контрольною групою, причому в усіх учнів, а не лише в учениць, які виграли грошові призи. Крім того, учениці в групі впливу демонстрували вищу політичну інформованість, частіше читали загальнонаціональні газети й рідше висловлювалися на підтримку політичних лідерів і існуючої в Кенії політичної системи.

Україна не є винятком із загального правила. На основі даних проекту World Values Survey¹ (шоста хвиля проекту проходила у 2010–2014 рр.) можна зробити висновок, що рівень освіти є тим показником, який корелює з рівнем довіри. Чим вищий рівень освіти, тим вищий рівень довіри. На індивідуальному рівні освіта – головний предиктор довіри, а також участі в некомерційних організаціях і асоціаціях. Крім того, освіта продукує значущі позитивні екстерналії – підвищення рівня освіти одного індивіда позитивно впливає на ймовірність довіри й оцінку громадської згоди з боку іншого.

Висновки. Аналіз місця довіри в системі понятійно-термінологічного арсеналу соціального капіталу надає змогу зробити висновок, що соціальний капітал реалізується через існуючі норми неформального спілкування, довіру. Довіра як складова соціального капіталу є продуктом тих моральних норм і цінностей, які сформувалися й функціонують у конкретному суспільстві, з урахуванням його культурної специфіки.

Загальний висновок розглянутих досліджень полягає в тому, що освіта створює позитивні зовнішні ефекти у вигляді підвищення довіри, навчання цивільних норм, більшої інформованості й активнішої участі в політичному процесі.

Список використаної літератури

1. Бурдые П. Социология политики: пер. с фр. / сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. Москва: Socio-Logos, 1993. 336 с.
2. Корнаи Я. Честность и доверие в переходной экономике. *Вопросы экономики*. 2003. № 9. С. 4–17.
3. Плетникова Ю. К. Социализация капитала: проблемы и перспективы. *Социологические исследования*. 2007. № 12. С. 22–32.
4. Блом Р. Мелин Х., Сарно И., Сарно А. Социальный капитал доверия и менеджериальные стратегии. *Мир России*. 2005. Т. XIV. № 2. С. 126–159.
5. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 121–139.

¹ <http://www.worldvaluessurvey.org>.

6. Патнэм Р. Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь. *Мировая экономика и международные отношения*. 1995. № 4. С. 63–70.
7. Фукуяма Ф. Великий разрыв. Москва: АСТ, 2003. 430 с.
8. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. Москва: АСТ, 2004. 730 с.
9. Фукуяма Ф. Що таке соціальний капітал? *День*. 2006. № 177. С. 4–17.
10. Bourdieu P. Handbook of theory and research for the sociology of education. Greenwood Press.
11. Coleman J. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*. Год. Vol. 94. P. 95–120.
12. Putnam R. D. Bowling alone: The collapse and revival of American community. N. Y.: Simon & Schuster, год.
13. Coleman J., Hoffer T. Public and private high schools: The impact of communities. N. Y. : Basic Books, год.
14. Stanton-Salazar R., Dornbusch S. Social capital and the reproduction of inequality: Information networks among Mexicanorigin high school students. *Sociology of Education*. 1995. Vol. 68. № 2. P. 116–135.
15. Knack S., Keefer P. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *Quarterly Journal of Economics*. 1997. Vol. 112. № 4. P. 1251–1288.
16. Alesina A., La Ferrara E. Who trusts others? *Journal of Public Economics*. 2000. Vol. 85. P. 207–234.
17. Nie N. H., Junn J., Stehlik-Barry K. Education and democratic citizenship in America. Chicago: University of Chicago Press, 1996.
18. Helliwell J., Putnam R. Education and social capital. *Eastern Economic Journal*. 2007. Vol. 33. № 1.
19. Dee T. S. Are there civic returns to education? *Journal of Public Economics*. 2004. Vol. 88. P. 1697–1720.
20. Kremer M., Miguel E., Thornton R. et al. Education as liberation? Unpublished manuscript. Harvard University, 2011. URL: http://www.economics.harvard.edu/faculty/kremer/files/GSP-tracking-politics_2011-04-04-CLEAN.pdf (date of request: 12.01.2019).

Стаття надійшла до редакції 07.02.2019.

Яценко Н. А. Образование как фактор развития социального капитала

В статье представлен обзор основных подходов к рассмотрению социального капитала, а также доверия как его основной составляющей. Определено, что образование является одним из весомых факторов влияния на уровень доверия.

Ключевые слова: *социальный капитал, доверие, межличностное доверие, образование.*

Yatsenko M. Education as Factor of Development of Social Capital

The article gives an overview of the main approaches to the consideration of social capital, trust as its main component. It is determined that education is one of the important factors influencing the level of trust.

Many scholars, developing the theory of social capital, emphasized education as a factor affecting the level of trust. For example, P. Bourdieu pointed out that «the amount of social capital that a given agent depends on the size of the network of connections that he can effectively mobilize», and educational institutions are the most important centers of the crystallization of social networks.

J. Coleman was one of the first to empirically show the close interconnection between human and social capital. The success of the students strongly correlates with the amount of social capital in the family and in the immediate environment of the parents. In this case, the

rupture of social ties (frequent family relocations), as a rule, reduces the success. R. Putnam clearly pointed out that education is «the most important predictor of civic activity in all its forms» and is associated with social capital, not only directly, but also through positive external influences. If the relationship of education and social capital is beyond doubt, then its nature and nature of communication remain the subject of scientific discussion. To understand the mechanisms of this connection, it is necessary to highlight and reveal several levels of influence: the family (micro level), local communities (meso-level), the country as a whole (macro level).

The work of M. Kremer and co-authors describes the results of a field experiment conducted in Kenya, in which the impact of education on political views and the involvement of citizens in the political process was assessed.

Ukraine is not an exception to the general rule. Based on the World Values Survey (sixth wave of the project from 2010 to 2014), we can conclude that the level of education is an indicator that correlates with the level of trust. The higher the level of education, the higher the level of trust. At the individual level, education is the main predictor of trust, as well as participation in non-profit organizations and associations. In addition, education produces significant positive externalities – raising the level of education of one individual positively affects the likelihood of trust and assessment of public consent on the other.

The general conclusion of the studies under study is that education creates positive externalities in the form of increased confidence, training in civil norms, greater awareness and more active participation in the political process.

Key words: *social capital, trust, interpersonal trust, education.*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 331.556.4:316.485.26(477.6)

А. А. ГОЦЬ

ПРОБЛЕМНІ ПОЛЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТА ВНУТРІШНЬОЇ МІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ З ОКУПОВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ (ЗГІДНО З РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ)

У статті подано результати соціологічних досліджень щодо особливостей зовнішньої та внутрішньої міграції українців з окупованої території. Підкреслено, що міграція населення (як внутрішня, так і зовнішня) має вимушений характер, який спричинив воєнний конфлікт 2014 р. Встановлено, що міграція має довготривалий характер. Розкрито суб'єктивні причини вибору географічного простору для переміщення. Основними проблемами мігрантів виявлено такі, як: пошук житла, працевлаштування, проблема адаптації та втрати соціального капіталу тощо.

Ключові слова: внутрішньо переміщені особи, мігрант, зовнішній мігрант, Донбас.

Воєнний конфлікт, який розпочався у 2014 р. в Україні, змінив життя українців на «до» та «після» й спричинив зростання географічних переміщень у соціальному просторі. Жителі окупованої території змушені шукати нові місця для проживання, змінювати укладений спосіб життя та адаптуватися до інших соціально-економічних умов.

Проблема міграційних переміщень не нова, вона сягає корінням у далеке минуле. Так, наприклад, у ХІХ ст. Е. Равенштайном були сформульовані «Закономи міграції населення», згідно з якими міграцію населення можна пояснити дією чинників «притягання-виштовхування»: несприятливі умови на одній території (безробіття, надмірні податки, жорстке законодавство тощо), які «виштовхують» людей із місця проживання, та сприятливі умови на інших територіях, які «притягують» їх до переселення в ці місцевості. З погляду походження мігранта дослідник виділив зовнішні (притягання) і внутрішні (виштовхування) фактори, які зумовлюють переселення [8]. На думку Е. Равенштайна та згідно з виведеними ним законами, основною причиною міграції є кращі економічні умови в іншій місцевості порівняно з Батьківщиною мігранта [5].

Тобто міграційні рухи населення є певним індикатором соціального самопочуття громадян у своїй країні. Політична чи економічна нестабільність призводить до мобільності населення як усередині країни (внутрішня міграція), так і поза її межами (зовнішня міграція).

Враховуючи кількісні показники мігрантів сьогодні, зауважимо, що це суттєво змінює структуру українського соціуму й масштаби цього явища, тому дослідження цієї проблеми набуває неабиякої актуальності для сучасної соціології.

Метою статті є визначення проблем зовнішніх та внутрішніх мігрантів в умовах війни на Сході країни.

Інформаційною основою статті стало два дослідження: 1) якісне соціологічне дослідження – глибинні інтерв'ю (пілотаже), проведені на підконтрольній українській владі території (м. Старобільськ) у серпні – вересні 2018 р. ($n = 10$); 2) кількісне – метод анкетування ($n = 60$). У вересні – жовтні 2018 р. нами було проведено опитування серед громадян України, які працюють на території Російської Федерації. Це, жителі східної частини України (Донецька та Луганська області), яка сьогодні є окупованою територією. Метод відбору респондентів – сніговий ком.

Розглядають проблему війни такі вчені: Б. Александер, М. Бонд, М. Калдор. Питання війни на Донбасі аналізують у своїх працях І. Кононов, І. Руценко, М. Требін, С. Хобта.

Міграція, міграційні рухи в різні часи були предметом дослідження таких учених, як: Ф. Знанецький, Д. Коулмен, Дж. Мінсер, Е. Плетньов, Е. Равенштейн, У. Томас, О. Хандлін, П. Штомпка, Я. Щепанський та ін.

На особливу увагу заслуговує концепція просторової самоорганізації населення І. Прибиткової. Також серед сучасних дослідників варті уваги праці Е. Лібанової, А. Лобанової, І. Майданік, О. Малиновської, В. Онищука, В. Полторака та ін.

Міграція населення – це переміщення людей (мігрантів) через кордони тих чи інших територій зі зміною місця проживання назавжди чи на більш або менш тривалий час [2, с. 54].

Однією з основних ознак міграції є перетинання адміністративного кордону, території (країни, області, населеного пункту тощо). На цих засадах виділяють, перш за все, зовнішню міграцію (еміграцію та імміграцію) та внутрішню міграцію.

Зовнішня міграція населення пов'язана з перетинанням державного кордону й дістала назву міжнародної (міждержавної) міграції населення.

Внутрішня міграція є часткою міжпоселенських переміщень населення в країні. Внутрішня міграція, тобто переміщення в кордонах окремих держав, не менш важлива для економічного й соціального розвитку, ніж міждержавна. Вона не впливає на чисельність і склад населення країни в цілому, проте спричиняє зміни в його розміщенні, статево-віковій структурі мешканців окремих регіонів, є наслідком і важливим чинником регіональних відмінностей, безпосередньо пов'язана з процесами індустріалізації та урбанізації, депопуляції села. Внутрішні трудові мігранти за місцем фактичного проживання та роботи зазвичай не зареєстровані, тому статично не обліковуються. Для оцінювання їхньої

чисельності використовують непрямі методи з урахуванням даних щодо зайнятості, сплати податків, споживання продуктів харчування тощо [9].

Зокрема, С. Колінсон виокремлює чотири види міжнародних міграцій: 1) міграції економічні добровільні (трудові мігранти); 2) міграції політичні добровільні (наприклад, міграція євреїв до Ізраїлю); 3) міграції політичні вимушені (потoki класичних «біженців»); 4) міграції економічні вимушені (біженці з місць екологічних та інших видів катастроф) [13].

При вивченні вимушених та примусових міграцій В. Колпаков пропонує застосовувати таку схему диференціації переміщень людей, як: втеча від злиднів і незайнятості (мігранти виживання); міграція з метою підвищення заробітку та покращення рівня життя (мігранти пошуку можливостей); намагання уникнути переслідування, конфлікту або війни (мігранти переслідування); втеча від надзвичайних ситуацій або техногенних катастроф [6]. Останнє стосується жителів окупованої території Донбасу, які почали нове життя, тікаючи від боєвих дій.

Таким чином, у сучасній Україні спостерігається нова ситуація, зумовлена соціально-політичною та економічною кризами, її наслідок – нова поляризація міграційного простору нашої країни. Перед мігрантами, які були вимушені здійснити переміщення, постав цілий ряд питань та проблем.

Причини вибору географічного вектора переселення осіб. Якщо порівняти мотиви вибору переміщення, то для внутрішніх мігрантів важливою була наявність у місті «провідника» в особі родичів чи друзів, що на перший час вирішило питання із житлом та адаптацією. Також багато з респондентів мігрували разом з підприємством, у якому раніше працювали.

Опитування зовнішніх мігрантів у РФ засвідчило, що вибір на користь цієї країни зроблено, враховуючи сусідство країн, що дає можливість відвідувати родичів і працювати нелегально, перетинаючи раз у 90 днів кордон; наявність родичів, друзів на території РФ; знання мови, що полегшує адаптацію та працевлаштування; вищі заробітні плати.

Бажання повернутися додому. Результати дослідження свідчать, що значна чисельність опитаних не бажають переїжджати до рідного місця навіть після повернення території Україні.

Це пов'язано з тривалістю воєнного конфлікту, респонденти зазначають, що *«ще два роки тому залюбки б повернулися відразу ж, а сьогодні вже асимілювалися на іншій території»* (Аріна, 33, викладач).

Щодо внутрішньої міграції, то її суб'єктами є внутрішньо переміщені особи (далі – ВПО). Аналіз первинних та вторинних даних соціологічних досліджень дає підстави умовно поділити ВПО на такі групи: 1) охочі переїхати додому після повернення окупованої території Україні; 2) ті, хто вже має думки про повернення до домівок, незважаючи на окупацію; 3) ті, хто має намір залишитися в місці переселення (уже придбали житло, одружились (вийшли заміж), знайшли цікаву роботу тощо); 4) охочі змінити

місце тимчасового перебування, але не повертатися; 5) ті, хто не визначилися, таких небагато, проте вони є.

За результатами проведеного емпіричного дослідження встановлено, що детермінантами працевлаштування за кордоном стали воєнні дії на території України (це стосується переважно тих респондентів, котрі раніше не замислювалися про життя за межами свого населеного пункту) і як наслідок такі причини, як нестабільність та невпевненість у «завтрашньому дні», через це великий відсоток респондентів визнали, що бажають залишитися жити в РФ, проте, виходячи з відкритих питань, робимо висновок, що в людей немає великого бажання проживати в РФ, їм просто нікуди повертатися, вони не хочуть жити в так званих «ЛНР» та «ДНР». Деякі уточнюють, що повернуться, коли завершиться окупація Донбасу, а 65% опитаних бажають залишитися в Росії, бо знайшли чи роботу, чи коханих серед місцевих, чи отримують громадянство. Зауважимо, що раніше між Україною та Російською Федерацією переважала маятникова й тимчасова трудова міграція, а сьогодні, в умовах війни, часто зустрічаються довгострокові міграції.

Оточення «прийняття-відчуження». Люди ставляться один до одного залежно від того, як вони один одного уявляють. Так, Ч. Кулі пише: «Суспільство як таке – це зв'язок між особистими уявленнями» [7]. Важливо розуміти суть цієї проблеми, адже, з одного боку, «ми», «вони», «свої», «чужі» звучить ніби банально, але водночас складно, бо ідентифікуєш себе з тією чи іншою групою людей (сім'я, клас, академічна група, етнос, нація) лише тоді, коли усвідомлюєш, що поряд є і «інші», «чужі», не такі як «ми».

Неабиякий вплив на наше уявлення про інших мають стереотипи, навішування «ярликів». Так склалося, що після 2014 р. «переселенець» в Україні викликав неоднозначні реакції. У різних регіонах України, за даними соціологічних досліджень [1; 3; 4; 11], простежувалися дискримінаційні прояви, навішування ярликів на громадян України, які виїхали з окупованої території. Особливо гостро це питання стояло на початку воєнних дій та виявлялося в питанні оренди житла, працевлаштуванні.

Щодо дискримінаційного ставлення до ВПО чи членів їх родини на новому місці проживання в прифронтовому місті, то загалом переселенці Старобільська на собі не відчують такого. Багато в чому це пов'язано з близькістю розташування до окупованої території, родинними зв'язками тощо. Одна з респондентом зауважила, що не відчуває на собі притиснення з боку громади тут, проте, коли в 2014 р. опинилася в м. Києві, то такі прояви були як з боку місцевих, так і з боку роботодавців, ріелторів. Наприклад, вона говорить: «...ми не могли знайти квартиру, бо ріелтори відразу питали прописку та коли чули – м. Луганськ, просто клали трубку...» (Аріна, 33, викладач). Інша респондента визнала: «...на роботі можна бу-

ло чути такі фрази: «О, з Донецька наїхали, бандити, хамло...» (Ірина, 31, бухгалтер), тобто вішалися ярлики.

Наведемо для порівняння результати дослідження ГО «Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка» «Оцінка потреб внутрішньо переміщених жінок та осіб похилого віку в Україні» [11], яке серед інших аспектів спрямоване на виявлення фактів дискримінації ВПО в громадах, які приймають. Отримані дані свідчать, що ВПО найчастіше стикалися з упередженим ставленням до себе при пошуку роботи, додаткового заробітку (10,5% – постійно, 22% – інколи стикались із цим); вирішенні житлових проблем (пошук/оренда житла) (6,7% – постійно, 23,3% – інколи стикались із цим); оформленні соціальних виплат, субсидій (2,7% – постійно, 19% – інколи стикались фз цим). З'ясувалось, що найактивніша група – голови домогосподарств – найчастіше повідомляли про те, що постійно стикалися з певним упередженим ставленням до себе при трудових відносинах (при пошуку роботи – 14,2%, тоді як лише 3,1% жінок старше 60 років постійно стикались із цим; їм частіше пропонували меншу оплату праці – 9,1% вказали на це, і тільки 1,5% чоловіків похилого віку) і пошуку житла (8,1%, і лише 3% чоловіків старше 60 років). При отриманні пенсії частіше відчували упереджене ставлення чоловіки похилого віку (3%, в середньому по цільовій аудиторії – 1,3%) [1; 11].

Зовнішні мігранти не відчують на собі негативного ставлення з боку місцевої громади, зазначають, що мають друзів місцевих, які допомагають у скрутну хвилину. Багато хто вказав, що до них ставляться так, як і до інших. «В міграційній службі можна відчувати скептичне ставлення, але серед звичайного населення – ні. В 2014 р. всі співчували та хотіли почути, що відбувається в наших рідних містах, зараз уже не так гостро...» (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл відповідей на питання «Як Ви відчуваєте, як до Вас ставляться місцеві мешканці?»

Відповіді респондентів	% від опитаних
Дружелюбно, завжди хочуть допомогти	8,3
Нормально, серед місцевих багато моїх друзів	23,3
Нормально, так, як і до інших	35,0
По-різному, інколи відчуваю презирство	15,0
Украй негативно	6,7
Інше	11,7
Усього	100,0

Працевлаштування. Дозволяє концептуалізувати працевлаштування українських трудових мігрантів за кордоном теорія міграційних мереж Д. Массея. Найбільш прийнятним і відповідно поширеним способом пошуку роботи за кордоном українськими трудовими мігрантами є звернення до наявної міграційної мережі (працевлаштування здійснюється за допомо-

гою друзів, родичів чи знайомих, які володіють належною інформацією або аналогічним досвідом) [10]. За даними обстеження, 78% трудових мігрантів скористалися саме цим способом пошуку роботи на зарубіжних ринках праці.

Досліджуючи особливості розгортання міграційних процесів на мікрорівні, Д. Массей доходить висновку, що міждержавний рух населення багато в чому визначається існуванням своєрідних спільнот мігрантів (міграційних мереж), які поєднують нинішніх, колишніх і потенційних мігрантів як у країнах-донорах, так і в країнах-реципієнтах [10, с. 165]. Такі мережі виступають своєрідним соціальним капіталом, що надає змогу суттєво знизити витрати й ризики, пов'язані зі зміною місця роботи та постійного проживання.

Негативний бік працевлаштування за кордоном респонденти вбачають у тому, що рідних та близьких людей не можуть відвідувати часто, тому доводиться знаходити нових знайомих, що часто дуже важко через напружений графік роботи та особливості життя у великих містах. Зауважимо, що на самотність як психологічну сторону міграції вказують респонденти від 30 років, тоді як особи молодшого віку говорять про можливість дозвілля, більш широкий «шлюбний ринок» тощо.

Також респонденти зазначають, що змінити роботу або житло вкрай важко, працюючи за кордоном, змінюючи роботу, деякий час немає коштів на сплату доволі дорогого житла, а змінюючи житло, потрібно заощадити багато грошей, бо ріелтори та сплата за два місяці. Тому часто мігранти, навіть не задоволені тим чи іншим, не поспішають змінювати щось через матеріальні складнощі. Це стосується постійних мігрантів, а тимчасові зазвичай проживають на місцях своєї роботи або в гуртожитках, виконавши роботу їдуть додому та повертаються знову, маючи вже місце працевлаштування та житло.

Респондентам – зовнішнім мігрантам було поставлено відкрите запитання: «З якими труднощами Ви зіткнулися в РФ?». Вони назвали проблеми, пов'язані з отриманням громадянства або інших документів. Знайти роботу, де буде відповідність умов праці та заробітку, без громадянства важко. Наші респонденти стикалися з величезними чергами у Федеральних міграційних службах, той, хто хотів оформити хоча б якісь документи в Москві, часто отримував відмови, що спонукало їздити в найближчі менші міста та намагатися там зробити це. Отримання документів – це немаленькі грошові витрати, що теж у 2014–2015 рр дозволити могли не всі. Респонденти вказують, що навіть продавцем у ТЦ, де в основному сільові бутики, працевлаштуватися зі статусом «РВП» нереально, ніхто не хоче співпрацювати з міграційними службами, це зайвий клопіт. «Зачароване коло: на роботу не беруть без документів – не дають документи без довідки про працевлаштування», е – зазначає респондент з Московської області. Інші, навпаки, вказують на те, що такі професії, як офіціант, бориста, продавець

у невеликих магазинах, будівельник, доступні для нелегального мігранта, навіть віддають перевагу тим, хто готовий працювати неофіційно.

Зміна оточення: міського на сільське (у випадку ВПО). Це те, що відзначали респонденти першочергово. Важко адаптуватися до умов периферійного міста: *«коли приїхали, було важко... немає транспорту в місті, окрім таксі... кав'ярні такі, як у селі, кінотеатру немає, дитині немає куди піти... сьогодні місто оживає, з'явилися розвивальні центри для дітей, якісь магазини більш сучасного зразка тощо...»* (Аріна, 33, викладач).

Також усі респонденти вказали на проблему втрати соціального капіталу, тобто тих людей, які супроводжували їх певний час життя, в якийсь момент їх не стало. Це психологічно важко, особливо після 30 років, намагатися знайти близьких за духом людей. Проте, як зазначають респонденти, завдяки продуктам глобалізації зв'язки не втрачаються, є можливість підтримувати одне одного по відеозв'язку тощо.

Травми. Було поставлене питання про травми, з якими зіткнулися мігранти. Серед основних респонденти назвали такі, як загроза власному життю та життю дітей, сумбурний неспланований переїзд до іншого міста (із речей були тільки сезонні та документа), життя в підвалах: *«Було дуже страшно, сиділи з маленькою дитиною в підвалі, заздалегідь не виїхали, думали це тимчасово... та й куди було їхати... потім, коли поряд було зруйновано дім, дуже поряд... вирішили їхати... важко було... як згадаю той стан..., моторошно..., за дітей страшно було..., потім за батьків, які там залишилися..., через те жодного разу не їздила туди...»* (Оля, 31, державний службовець).

Результати інтерв'ю свідчать про наявність психологічних травм у багатьох переміщених осіб. Досвід військового конфлікту, загрози життю, вимушеного переселення, втрати майна є важким і травматичним, лишає значний психологічний відбиток і може позначатися на процесі адаптації на новому місці.

Виходячи з теорії П. Штомпки, ми дійшли висновку, що переміщені особи, які перебувають на підконтрольній Україні території, та жителі окупованих територій відчують себе розгубленими й пригніченими, у стані повної невизначеності та нестабільності, без упевненості в завтрашньому дні. Загалом усі групи людей, які перемістилися і які залишались в зоні АТО, глибоко пережили культурну та колективну травми, але вони мають змогу адаптуватися до нових умов існування, і ця адаптація залежить від підтримки держави, громад, що приймають, та політичної спроможності влади подолати кризу на Сході України. Ці ж чинники визначатимуть, чи зможуть внутрішньо переміщені особи подолати травму, або, навпаки, почнеться новий цикл травматичної послідовності [12].

Висновки. Головною особливістю вимушеної зовнішньої та внутрішньої міграції є її невизначений термін. Тому важливими завданнями для влади та громадського сектору є визначення бажаних індивідуальних стра-

тегій подальшого життєвого шляху ВПО, а також розробка соціально-економічної політики, спрямованої на адаптацію, інтеграцію та соціальне залучення цієї групи в громадах, що приймають. Потрібно зауважити, що інтеграція в новий соціальний простір є головною проблемою ВПО та зовнішніх мігрантів. Це й відрізняє переміщених осіб від інших соціальних груп у суспільстві.

Список використаної літератури

1. Балакірева О. М. Спектр проблем вимушених переселенців: швидка оцінка ситуації та потреб. *Український інститут соціальних досліджень*. URL: <http://www.-uisr.org.ua/news/36/83.html> (дата звернення: 16.12.2018).
2. Демографический энциклопедический словарь / гл. ред. Д. И. Валентей. Москва: Сов. энцикл., 1985. 608 с.
3. Дослідження «ВПО та приймаюча громада» проведене Європейською дослідницькою асоціацією (ERA) для проекту Українська ініціатива з підвищення впевненості (UCBI). URL: <https://cloud.mail.ru/public/3mSh/81srznM6k> (дата звернення: 16.12.2018).
4. Дослідження «Соціальний капітал внутрішньо переміщених осіб та способи його зміцнення» / Інститут економіки та прогнозування НАН України. URL: <http://ief.org.ua> (дата звернення: 16.12.2018).
5. Ковалик І. І. Фактори впливу на міжнародну міграцію робочої сили. URL: <http://jml.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/4717/4833> (дата звернення: 16.12.2018).
6. Колпаков В. К. Нелегальна міграція: генезис і механізм протидії: монографія. Київ; Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2002. 372 с.
7. Кононов І. Ф. Теоретична соціологія. Курс лекцій : підручник для студентів вищих навчальних закладів / Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. Т. 1: Соціальність та її форми. 576 с.
8. Краузе О. Зовнішня трудова міграція населення України. *Галицький економічний вісник*. 2010. № 2 (27). С. 26–34.
9. Малиновська О. Внутрішня міграція та тимчасові переміщення в Україні в умовах політичних та соціально-економічних загроз. URL: http://www.niss.gov.ua/-content/articles/files/vnutrishnya_migratsia-45aa1.pdf (дата звернення: 16.12.2018).
10. Массей Д. Синтетическая теория международной миграции : пер. с англ. *Мир в зеркале международной миграции: Научная серия: международная миграция населения: Россия и современный мир* / гл. ред. В. А. Ионцев. Москва, 2002. Вып. 10. С. 161–174.
11. Ставлення до переселенців і волонтерської діяльності / ГО «Соціальний моніторинг» Ін-ту соціальних досліджень ім. Яременка, 2014. URL: <http://www.uisr.org.ua/-img/upload/files/Settlers%20and%20volunteering.pdf> (дата звернення: 16.12.2018).
12. Штомпка П. Культурная травма в посткоммунистическом обществе. *Социологические исследования*. 2001. № 2. С. 23–38.
13. Collinson S. Europe and International Migration. London; New York: Pinter Publishers, 1994. 210 p.

Стаття надійшла до редакції 22.01.2019.

Гоц А. А. Проблемные поля внешней и внутренней миграции украинцев с оккупированной территории (согласно результатам социологического опроса)

В статье представлены результаты социологических исследований относительно особенностей внешней и внутренней миграции украинцев с оккупированной территории. Подчеркивается, что миграция населения (как внутренняя, так и внешняя)

имеет вынужденных характер, который вызвал военный конфликт 2014 г. Установлено, что миграция имеет долговременный характер. Раскрыты причины выбора именно этого географического пространства для перемещения. Основными проблемами мигрантов выявлены такие, как: поиск жилья, трудоустройство, проблема адаптации и потери социального капитала и др.

Ключевые слова: внутренне перемещенные лица, мигрант, внешний мигрант, Донбасс.

Hots A. Problem Field of External and Internal Migration Ukrainians From the Built Territory (in Accordance With Sociological Research Results)

The article presents the results of sociological research (qualitative and quantitative) on the identification of problems and features of the external and internal migration of Ukrainians from the occupied territory. It is emphasized that the migration of the population, both internal and external, has a forced character, which caused a military conflict in Ukraine (2014 – present time).

In modern Ukraine there is a new situation due to socio-political, and as a consequence of economic crises, its consequence is a new polarization of the migration space of our country. Prior to the migrants who were forced to move, a number of issues and problems arose.

It has been established that migration has a long-term character. Respondents indicate that they have already been assimilated to other cities for a long time and are unlikely to return to their hometown after the return of territory to the Ukrainian authorities.

The main problems of migrants were such as finding a home, employment, the problem of adaptation and loss of social capital, etc.

According to the results of the empirical study, it was found that the determinants of employment abroad were: military actions on the territory of Ukraine (this applies mostly to those respondents who had not previously thought about life outside their settlement) and as a result of the following reasons, this instability and insecurity in «tomorrow days»; the opportunity to marry or marry; the prospect of getting more money for the same work as in Ukraine. For internally displaced persons, the causes of migration are the same as those related to military actions in the Luhansk and Donetsk regions.

Referring to the theory of migratory networks, D. Massey, we show that for employment of Ukrainian labor migrants, the most appropriate and, accordingly, common way of finding a job for Ukrainian migrant workers is the appeal to the existing migration network. According to the survey, 78% of migrant workers used this way to find work in foreign labor markets.

The reason for choosing the inhabitants of the occupied territory was for the Russian Federation for external migration was the knowledge of the language of the recipient country and the proximity of cultures. In general, respondents indicate a positive migration effect. The negative side that the respondents are most concerned about is the problem of obtaining official documents.

The process of adaptation of our respondents in general was good, but the trauma that was caused left a long mark in the minds of the inhabitants of occupied Ukraine.

Based on the theory of Stompka, it came to the conclusion that internally displaced persons located in a controlled Ukrainian territory, and inhabitants of the occupied territories feel confused and oppressed, in a state of complete uncertainty and instability, without confidence in the future. In general, all groups of people displaced and staying in the ATO area have undergone profound cultural and collective trauma, but they are able to adapt to new conditions of existence, and this adaptation depends on the support of the state, host communities and the political power of the authorities to overcome the crisis in the East Of

Ukraine. The same factors will determine whether internally displaced persons will be able to overcome the injury or, conversely, a new cycle of traumatic sequence will begin.

Generally analyzed data of primary and secondary data of sociological research give grounds for the conditional division of internally displaced people into the following groups: 1) willing to return home (or to settlements close to their native); 2) those who intend to stay in the place of resettlement; 3) wishing to change the place of temporary stay, but not to return; 4) those who fluctuate / not determined.

The main feature of forced migration is its indefinite term. Therefore, important tasks for the authorities and the public sector are the definition of the desired individual strategies for the further life of migrants, as well as the development of socio-economic policies aimed at adapting, integrating and socially involving this group in host communities.

Key words: *internally displaced persons, migrant, external migrant, Donbass.*

УДК 316.613

Р. О. САВЧИНСЬКИЙ, О. Б. ДЕМКІВ

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЦІННІСНИХ КАТЕГОРІЙ УЧИТЕЛЯМИ ШКІЛ: СОЦІОЛОГІЧНА РОЗВІДКА В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

У статті розглянуто ціннісний аспект реформування середньої школи в сучасній Україні. Одним з важливих вимірів реформи є культурні зміни, пов'язані, зокрема, з принципом «виховання на цінностях». У концепції реформ передбачено перелік з 15 цінностей, які мають поділяти випускники школи. Емпірична частина дослідження реалізована в межах проекту Українського католицького університету «Простір освітніх ініціатив» у 2018 р., який охопив 400 вчителів з усіх регіонів України. Зафіксовано, що в інтерпретаціях учителів спостерігається поліфонія наповнення змісту цінностей. Інтерпретації, пов'язані з принципами відкритих демократичних суспільств, поєднуються з пострадянськими уявленнями (переважно соціалістично-колективістського спрямування й тими, які пов'язані з підтримкою та служінням владним ієрархіям як обов'язку перед державою).

***Ключові слова:** соціологія освіти, цінності, нова українська школа.*

Одним із наслідків Революції Гідності в Україні стала кристалізація проєвропейського вектора змін у суспільній свідомості, що створює передумови для транзиту українського суспільства в напрямі реальних демократичних систем, на протигагу його стихійній трансформації в попередній період незалежності. Державними інституціями задекларовано низку реформ, частина з яких перебуває на різних стадіях імплементації. Українська школа теж почала шлях свого реформування відповідно до запропонованої Міністерством освіти і науки України концепції [1]. Ця реформа передбачає низку змістовних (передовсім результати навчання) та формально-процесних (інструменти, форми, траєкторії навчання тощо) змін. Одним з важливих вимірів реформи є культурні зміни, пов'язані, зокрема, з принципом «виховання на цінностях». У згаданій концепції передбачено перелік з 15 цінностей, які мають поділяти випускники школи. На нашу думку, ці культурні зміни потребують глибшого розуміння контексту (того, яким ціннісним середовищем є школа зараз, носіями яких цінностей є вчителі, батьки та учні, які цінності лежать в основі чинних шкільних правил, організаційної культури школи тощо).

З 1990-х рр. почалося формування парадигми навчання, базованого на цінностях [5]. Дослідники визначають концепт «навчання, базоване на цінностях» як навчання соціальних, політичних, культурних та естетичних цінностей [4]. Результатом імплементації такого навчання є позитивні наслідки для соціального розвитку та суспільства загалом. Зазначають, що навчання на цінностях стосується радше створення умов для незалежного

формування ціннісних орієнтацій тими, хто навчається, ніж процесу трансферу цінностей від учителя учням. Останнє в оцінках більшості науковців, які досліджують цю тематику, не є справжнім навчанням, базованим на цінностях. Водночас у взаємодії вчителя та учня перший не є «вільний» від цінностей – він виявляє їх у тому, як навчає, які дає пояснення та оцінки, як поводить себе тощо [2]. Ширшим контекстом навчання на цінностях є культура школи як соціального середовища [3]. На нашу думку, концепція навчання на цінностях повинна базуватись на аналізі школи як соціалізаційного середовища. Останнє варто розглядати як комплексну систему соціальних взаємодій усіх учасників навчального процесу, кожен з яких є носієм індивідуальних ціннісних орієнтацій. Ці взаємодії перебувають під впливом прийнятих норм, ідеалів, традицій, ритуалів, уявлень щодо навчальних практик, форми та змісту навчання, але одночасно відтворюють і трансформують їх.

Мета статті – здійснити перші спроби дослідження ціннісного контексту модернізації сучасної української школи, зокрема з огляду на впровадження принципів навчання, базованого на цінностях. На основі результатів соціологічної розвідки будуть описані суб'єктивні інтерпретації вчителями українських шкіл окремих ціннісних категорій, які запропоновані в концепції «Нова українська школа».

Методологічний фокус презентованого дослідження пов'язаний із суб'єктивістською традицією інтерпретації категорії цінності. Нас цікавило, який зміст вкладають у цінності, перелічені в концепції «Нової української школи», враховуючи й те, що в тексті документа вони виписані як категорії без їх змістовного пояснення. Гіпотетично, спрямованість інтерпретацій ціннісних категорій учителями буде віддзеркаленням їхніх індивідуальних ціннісних орієнтацій. Це надасть змогу робити попередні висновки щодо поточного стану ціннісного середовища шкіл, у цьому випадку на рівні вчителів як важливих учасників міжособистісних взаємодій.

Дослідження реалізовано в межах проекту Українського католицького університету «Простір освітніх ініціатив» у 2018 р. Воно є розвідувальним і мало на меті «первинне наближення» до проблеми й побудови первинних гіпотез та рекомендацій. Результати дослідження не репрезентують усіх учителів України, а є зрізом можливих інтерпретацій цінностей учителями.

Збір даних здійснено в межах модерованих колективних дискусій. Їх сценарій передбачав: 1) збір інтерпретацій та асоціативних рядів щодо кожної цінності в процесі брейнсторму; 2) формування колективного визначення кожної цінності через групову дискусію вчителів; 3) виділення ситуацій у шкільних взаємодіях (учитель-учень, учень-учитель, учитель-батьки, батьки-учитель, учитель-адміністрація, адміністрація-вчитель), які, на думку вчителів, відповідають, або ж суперечать кожній цінності. Кожен

з трьох компонентів обговорення фіксували самі вчителі у вигляді нотаток та записів на фліпчартах.

Базуючись на гіпотезі, що на те, як інтерпретують учителі цінності, зокрема, може впливати рівень «адаптованості» до поточного культурного стану шкільного середовища, при організації групової дискусії вчителі були розділені на чотири окремі групи (кожна з них працювала окремо). Основним параметром виділення таких груп був різний (за часом) досвід роботи у школі (до 2 років, 3–10 років, більше ніж 10 років). Як додаткова група, були виділені вчителі, які в своїй поведінці в школі, радше навпаки, демонструють не адаптаційні практики, а здійснюють дії, спрямовані на впровадження змін у школі, інновацій тощо (гіпотетично можуть відрізнятися від перших трьох груп світоглядом та індивідуальними цінностями, що може впливати на відмінність інтерпретацій списку цінностей, які ми вивчали). Ця група умовно була позначена як «пасіонарії». Можливий вплив на інтерпретацію вчителями цінностей соціокультурних відмінностей різних регіонів країни, а також відмінностей на рівні шкіл у великих містах та рештою шкіл теж врахований в організації дослідження. У результаті в дослідженні взяли участь 400 вчителів, а їхній розподіл за характеристиками, на основі яких виділяли кейси, наведено нижче (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл опитаних учителів за характеристиками

Регіон		До 2 років досвіду	3–10 років досвіду	Більше ніж 10 років досвіду	«Пасіонарії»
Волинська	місто	8	8	8	8
Івано-Франківська	область	8	8	8	8
	місто	8	8	8	8
Львівська	місто	8	6	9	—
Сумська	місто	8	8	8	8
	область	8	8	8	8
Харківська	місто	6	8	9	7
Донецька (Краматорськ)	область	8	8	8	8
Житомирська	область	8	8	8	8
Київська	місто	7	7	6	7
Одеська	місто	10	10	12	7
Миколаївська	область	3	4	13	9
	місто	3	8	13	4

За результатами проведених колективних дискусій отримано тексти (нотатки та записи на фліпчартах) з інтерпретаціями й поясненнями вчителями 12 цінностей (обраних дослідницькою групою) з переліку тих, що були запропоновані в Концепції «Нова українська школа». Аналіз текстів був проведений за допомогою семіотичного контент-аналізу: виділено базові змістовні категорії, а для кожної категорії підраховано частоту її вживання

при поясненні цінності. Для візуалізації даних побудовано семіотичні мапи, на яких розмір тексту категорії співвідноситься з відносною частотою її появи в текстах з поясненням цінності. Додатково для кожної цінності визначено дискурсивну спрямованість їхніх інтерпретацій.

Ціннісна категорія «гідність». Гідність вчителі інтерпретують, передовсім, через категорії поваги, моралі та етики на рівні самосвідомості (самоповага, власна мораль та етика) і у взаємодіях (щодо інших та інших до себе). Повагу інтерпретують не лише через міжособистісні відносини (поведінки та ставлення людини до людини), а й у площині інституційно-організаційній (повага з боку держави до вчителів, повага з боку адміністрації тощо). Змістовно повагу пов'язують, насамперед, з відсутністю різних форм насилля (емоційного, фізичного) і тиску (у випадку відносин інституція – людина). У спробах застосувати цю цінність до поточного шкільного середовища основну увагу звертають на наявність проявів приниження гідності на рівні етики спілкування як у векторі учень-учитель, так і вчитель-учень. Категорію гідності пов'язують також з відсутністю приниження у шкільних взаємодіях (учитель-учень, учень-учитель, батьки-вчитель).

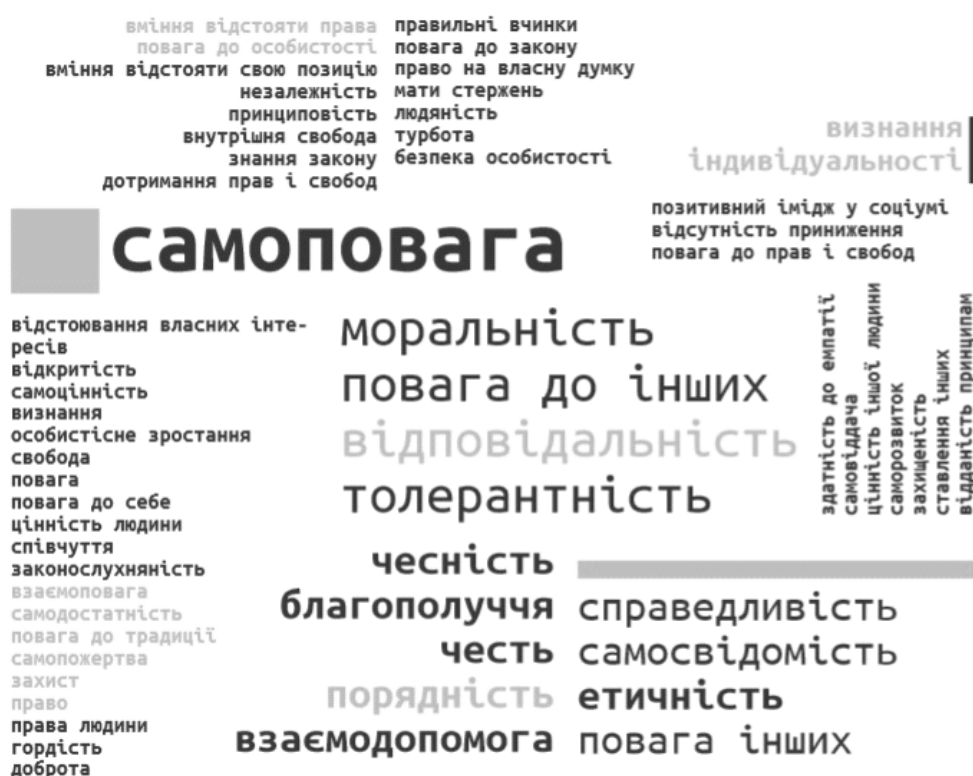


Рис. 1. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «гідність»

Ціннісна категорія «справедливість». Базовою категорією, через яку вчителі пояснювали цю цінність, є «об'єктивність». Об'єктивність пояс-

нують, передовсім, як відсутність упередженості та вибіркового ставлення у взаємодіях. Додатково інтерпретацію цінності «справедливість» учителі здійснювала в контексті категорії рівності. Останню більше пов'язували із зовнішніми обставинами чи впливами, які можуть «загрожувати» справедливості, зтакими як відсутність рівності прав, справедливості матеріальних винагород, прозорості прийняття рішень тощо.

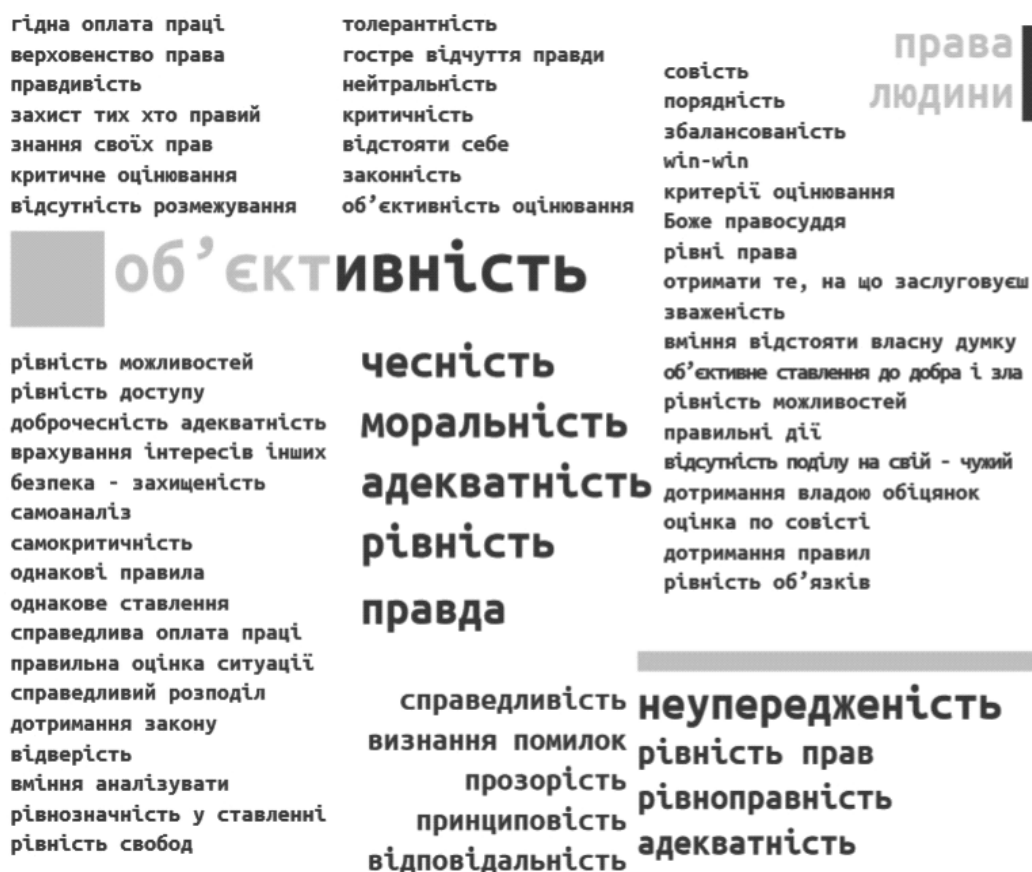


Рис. 2. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «справедливість»

Ціннісна категорія «турбота». Базовою категорією, через яку пояснюють цінність «турбота», є «опіка». Остання має виражений патерналистичний дискурс, який, зокрема, виявляється в розуміннях опіки старшого/сильнішого над молодшим/слабшим. Піклування в основному репрезентується як людська чеснота (як уважність до потреб інших), яка може виявлятися у ставленні до іншої людини (батьків до дитини, вчителя до учнів, молодших до старших тощо), до природи (домашніх тварин, навколишнього середовища) до матеріальних об'єктів (особистих речей, елементів публічного простору тощо). Прояви опіки пов'язують зі створенням благ, безпечності середовища, зокрема у вимірі умов праці вчителів та навчання учнів, соціального захисту з боку інституцій тощо.

Загалом ця цінність в інтерпретаціях учителів має радше емоційно-емпатійне забарвлення (опіка як обов'язок, прояв емоційного зв'язку, навіть певна форма жертвності), у визначеннях мало раціональних елементів (мало пояснень, які вибудовуються довкола відповіді на питання «для чого потрібна опіка?», «якими мають бути її наслідки?»).

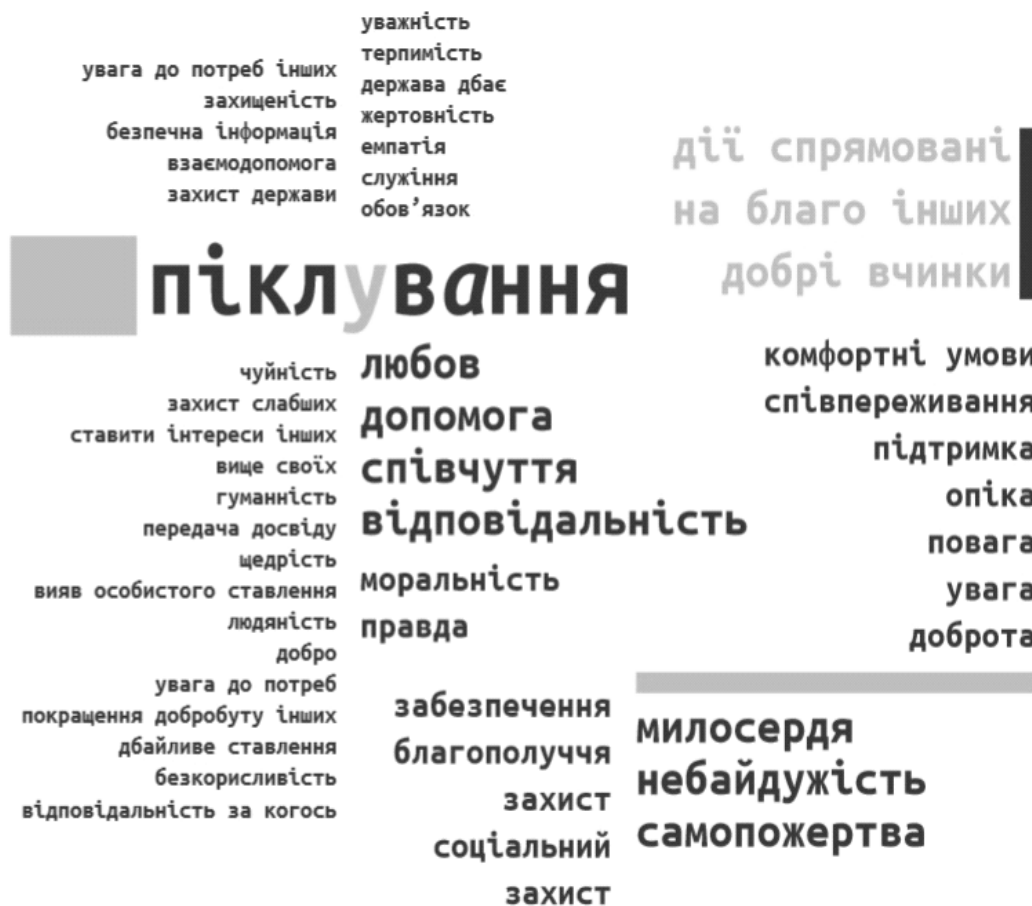


Рис. 3. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «турбота»

Ціннісна категорія «повага до життя». Загалом цю цінність інтерпретують доволі прямолінійно. Основний фокус – збереження життя, в межах якого найбільш вираженим є дискурс збереження власного здоров'я (самопіклування про здоров'я). Відповідно, прояви цінності пов'язують, насамперед, із «соціальною демонстрацією» здорового способу життя через власний приклад (людина слідує за своїм здоров'ям), його популяризацію через різні форми інформування та роз'яснення (навчально-виховні заходи, ознайомлення з відповідною літературою, соціальна реклама тощо). У визначеннях цінності також частково виявляється її розуміння в контексті «вміння радіти життю», «вмінні насолоджуватись життям».

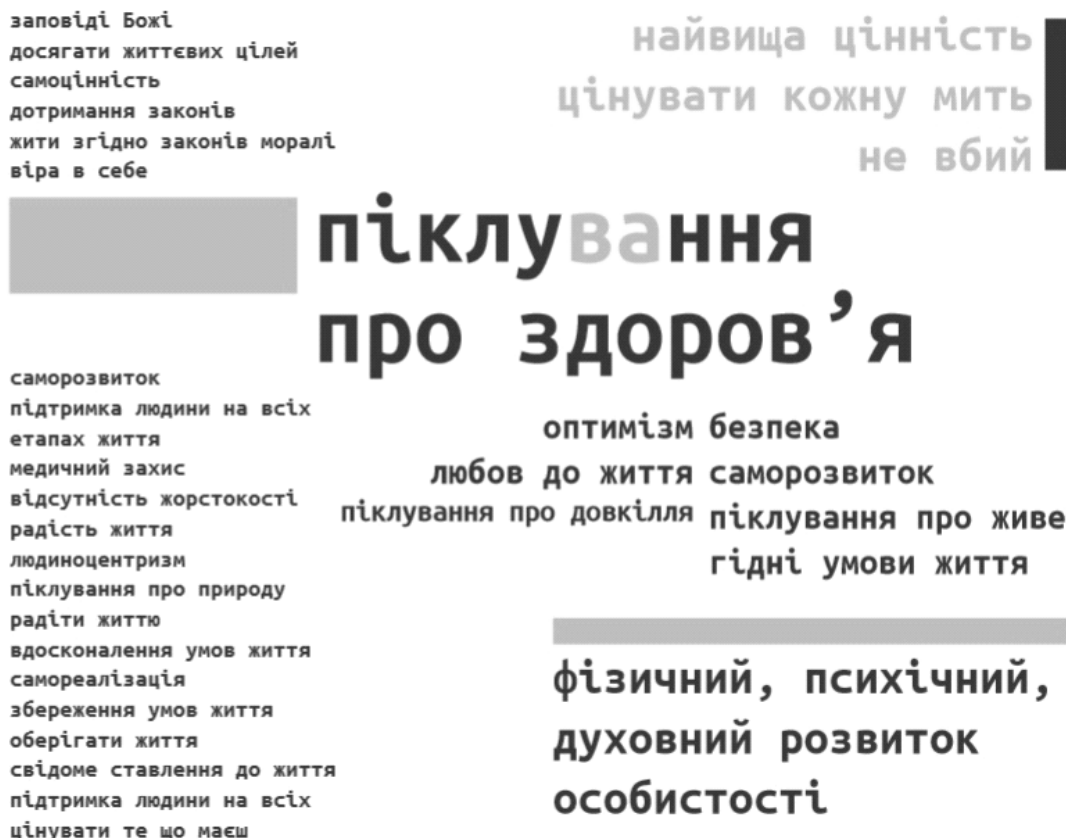


Рис. 4. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «повага до життя»

Ціннісна категорія «повага до себе та інших». Інтерпретація цієї цінності має загалом розмитий фокус, для неї характерна розлога структура категорій (як кількісно, так і змістовно). Проте загалом усі ці категорії у випадку «поваги до себе» зводяться до дискурсу «самоцінності», а у випадку «поваги до інших» – до дискурсу «емоційної гармонії взаємодій». Самоцінність пов'язують переважно з персональною здатністю захистити власний інтерес, умінням/можливістю насолоджуватись життям тощо. Повага до інших пов'язують з етикою взаємодій, емпатією, співпереживанням тощо. Важливим елементом поваги до інших є дотримання моральних норм і правил (у випадку школи – дотримання дисципліни та належне навчання). Вираженою є категорія толерантності, проте нечітким є її змістовний фокус, що є ближчим до категорій співіснування, терпимості, прийняття тощо.

Ціннісна категорія «свобода». Загалом розуміння цієї цінності пов'язане з категоріями прав та свобод, можливості вибору та свободою висловлювань. Загальна спрямованість інтерпретацій, які давали вчителі цим категоріям, радше пов'язана з тим, щоб забезпечити можливості їх реалізації (дискурс загроженості, боротьби за можливості, права, свободи). Фактично, ідеться про філософську категорію «свобода від», а не про категорію «свобода для».

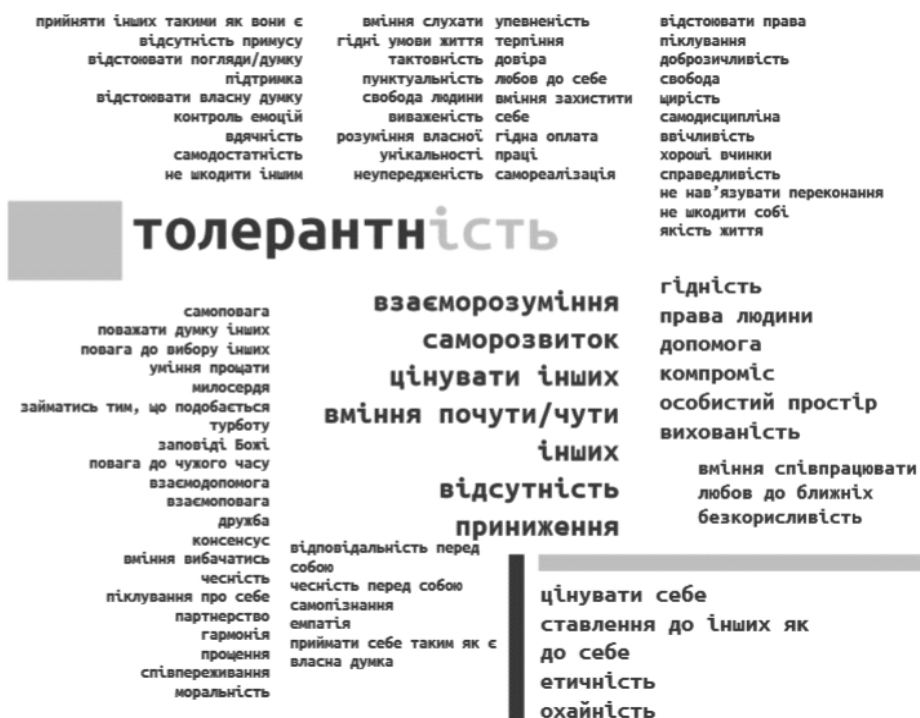


Рис. 5. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «повага до себе та інших»

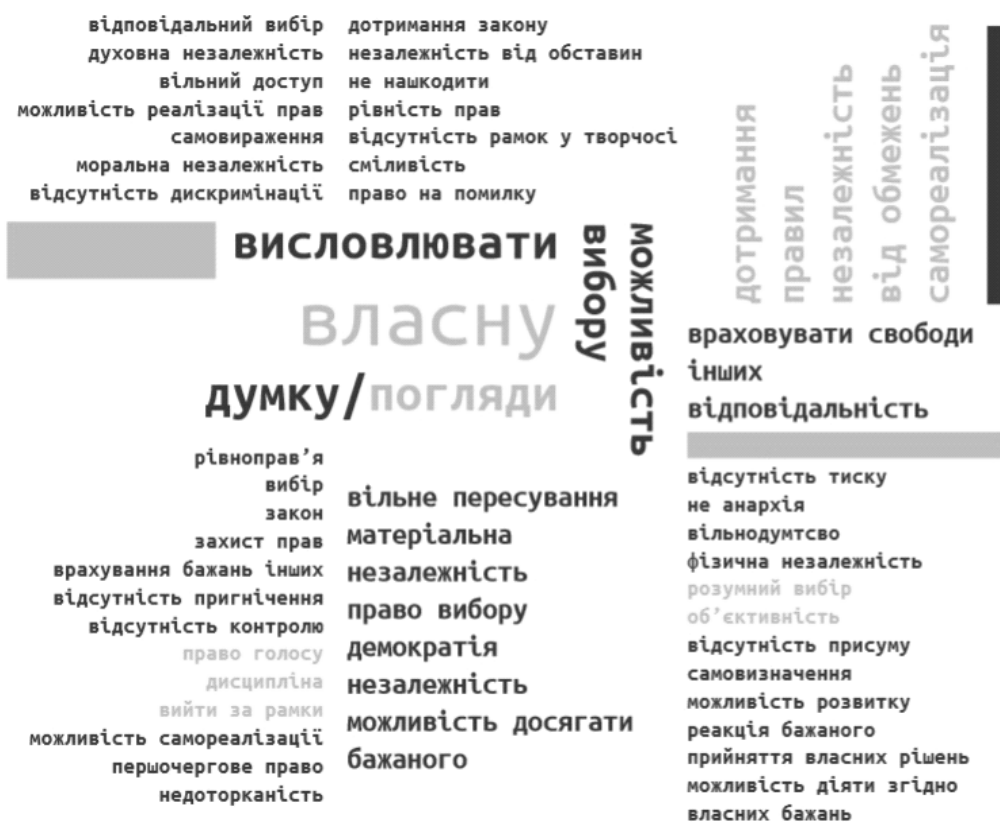


Рис. 6. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «свобода»

Відтворення згаданих цінностей на рівні школи пов'язують у першу чергу з відсутністю інституційного примусу та можливості індивідуального вибору (примусова участь в олімпіадах, питання обов'язковості шкільної форми, можливість учителів вільно формувати навчальну програму тощо). Простежується лінія скептичності щодо готовності учнів до свободи. Із цього погляду, в інтерпретаціях присутнє розуміння свободи як свободи дій, яка збалансована категоріями відповідальності, свобод інших, закону.

В інтерпретаціях учителів поняття свободи в контексті школи простежуються сумніви щодо готовності учнів до свободи, а можливу загрозу вбачають у стані всюдозволеності та анархії з боку учнів. Тому важливо врахувати уявлення щодо межі самостійності учнів і застосування інструментів контролю у шкільних взаємодіях.

Ціннісна категорія «демократія». Загалом має схожу дискурсивну спрямованість, що й цінність «свобода». Теж виражений дискурс боротьби «за», який виявляється в смислового векторі «забезпечення свобод і прав».



Рис. 7. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «демократія»

Щодо шкільного середовища пов'язують з такими проявами, як відсутність авторитарності у взаємодіях (переважно йдеться про взаємодії вчитель-учень, адміністрація-вчитель), відсутність різних форм інституційного примусу, аналогічні до тих, які пов'язували із цінностями свободи та гідності (дрес-код, можливість вибору форм і методів навчання тощо). Також до шкільних атрибутів прояву демократії належать наявність демократичних практик (вибори, самоврядування). Частина вчителів звертали увагу, що ця категорія пов'язана радше із суспільно-політичним устроєм, а не є окремою цінністю.

Ціннісна категорія «культурне різноманіття». Інтерпретація зводиться переважно до розуміння цінності у руслі доступу до культурних благ, а також як категорії пов'язаної з співіснуванням культур. Перше розуміння пов'язується з індивідуальною спрямованістю та можливостями розвитку культурної компетентності, поінформованості та освіченості. Відповідно проявами цієї цінності називаються поведінка пов'язана з саморозвитком та культурним збагаченням (читання книжок, відвідування культурних установ тощо) і створення інституційних умов, можливостей та стимулів для їх здійснення. У випадку школи йшлося про наявність літератури в бібліотеках, різноманітних гуртків та факультативів у школі, заходів, які ретранслюють інші культури й традиції. Цікаво, що невідповідність цій цінності пов'язували з примусовим нав'язуванням культурних заходів. Персоніфіковано, щодо вчителів цінність виявляється в можливості культурного дозвілля загалом (як одного з елементів вирішених безпекових питань).

У руслі співіснування культур цінність пов'язують з прийняттям / допуском інших культур. У цьому розумінні цінності та прояви, які називали вчителі, є дотичними до проявів цінності гідності й поваги до інших, але на ґрунті міжкультурних відмінностей, насамперед, ті, які пов'язані з насиллям, зверхністю, дискримінацією за культурними ознаками. Проблемне поле роботи із цією цінністю радше за все буде співвідноситись з питаннями «культурного зближення» та збереження власної культури (аккультурація vs асиміляція).

Ціннісна категорія «патріотизм». Базовий дискурс інтерпретації цієї цінності «патріотизм» можна окреслити як емоційний ритуалізм. Основною категорією є «любов» як емоційний спільний знаменник для різних проявів патріотизму. Прояви пов'язують з поведінкою, спрямованою на захист державного/національного. Йшлося про захист інтересів, захист території, захист природи, захист культури. Інша група поведінкових проявів була пов'язана з дискурсом збереження (мови, традицій, культурної спадщини). Важливе місце відведено ритуалам як проявам патріотизму (вшанування героїв, пам'ятних дат, вияви поваги до державних символів тощо).

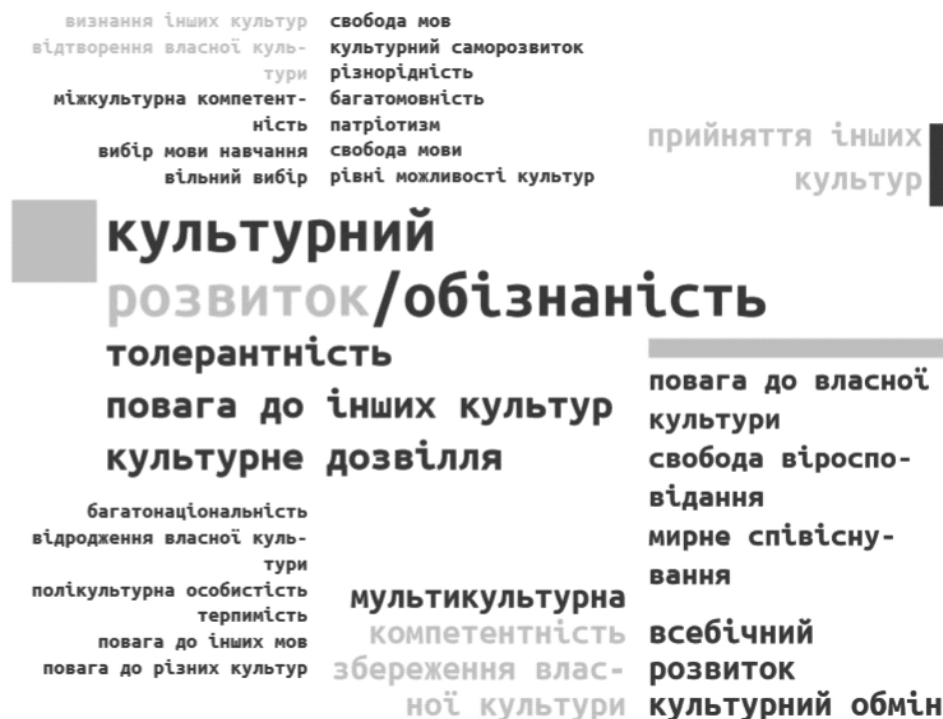


Рис. 8. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «культурне різноманіття»



Рис. 9. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «патріотизм»

Фактично, йшлося про поведінкові та морально-етичні прояви (форми) патріотизму, які відповідають радянській ідеологічній традиції, але змістовно вони наповнювалися національними та державницькими значеннями доби незалежності. Хоча така рамка в дискусіях учителів частково піддавалась «сумніву», оскільки в інтерпретаціях проявів цієї цінності, зокрема, називали відсутність символічного псевдопатріотизму через адміністративний примус (наприклад, обов'язковість вишиванок під час святкування окремих свят у школі тощо). Також слабо вираженим, але присутнім є дискурс громадянського патріотизму, який пов'язують з громадянською позицією, громадянською культурою та освіченістю.

Ціннісна категорія «повага до закону». Цю цінність інтерпретують, передовсім, у категоріях, пов'язаних з правовою компетентністю, правовою поведінкою й етикою. Це, зокрема, стосується дотримання законів, знання своїх прав та обов'язків, усвідомлення правових і нормативних наслідків дій та бездіяльності.

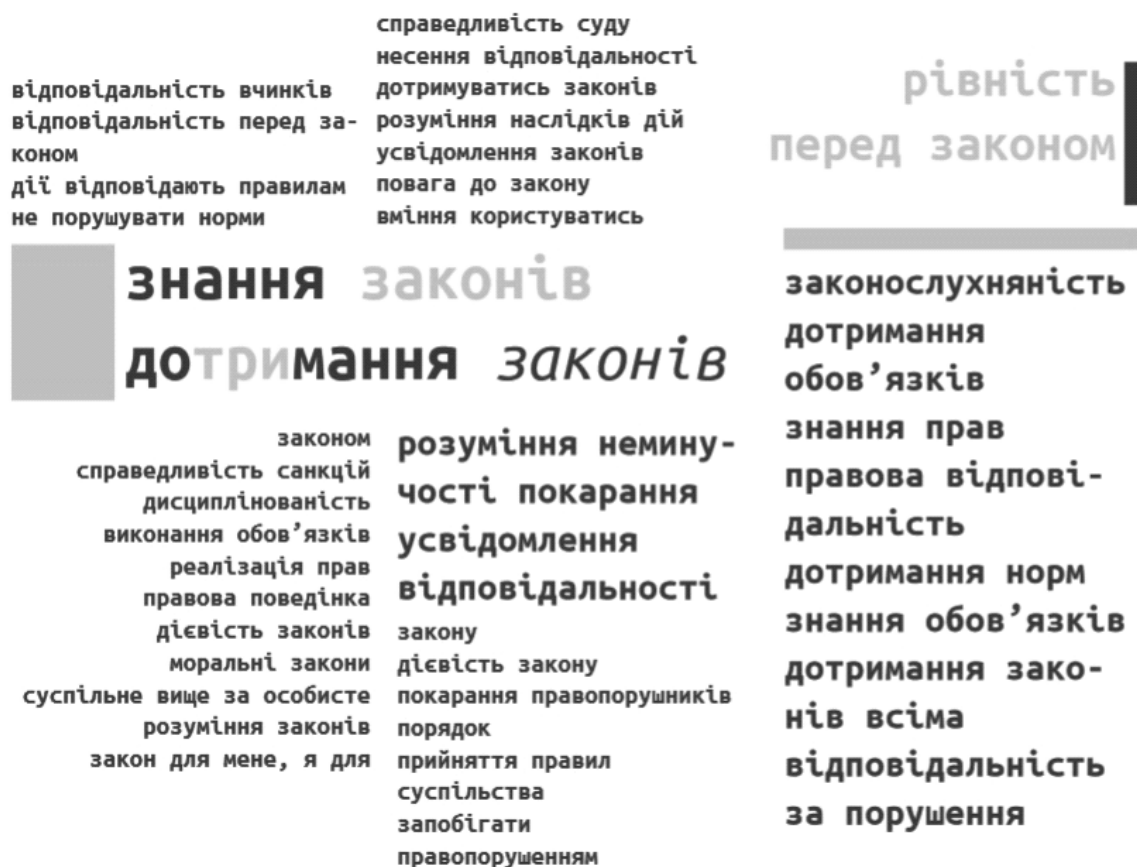


Рис. 10. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «повага до закону»

У випадку шкільного середовища це пов'язують з проявами правопорушень учнів, виконання/не виконання адміністративних норм (правил, статуту, посадових інструкцій тощо). Іншим виміром, через який інтерпре-

тують цю цінність, є «дієвість закону». Її пов'язують із ситуаціями рівності перед законом, коли відсутня вибірковість у застосуванні норм, коли є відчуття захищеності законом (гарантування трудових прав, пов'язаних з відпустками, нормуванням робочого дня тощо).

Ціннісна категорія «солідарність». Її пов'язують з різними аспектами колективної дії. Проте основні дискурсивні поля зводяться до світоглядної єдності (спільні інтереси, єдність думок та позицій, спільні бачення, спільні цілі тощо) і до поведінково-емоційної єдності (співпереживання, співчуття, взаєморозуміння, взаємопідтримка).

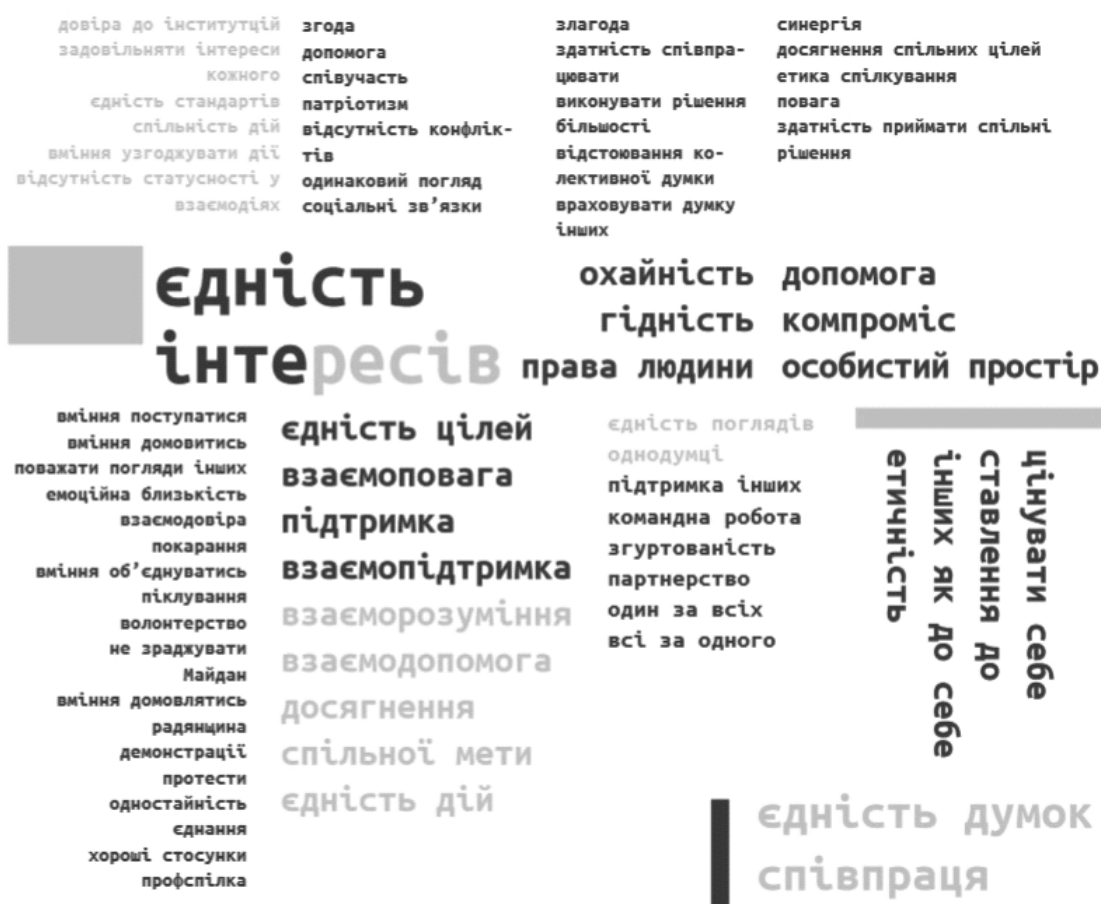


Рис. 11. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «солідарність»

Проявами цієї цінності є участь у колективних заходах, індивідуальна готовність, навичка до взаємодії в колективі/команді. Показово, що негативні колективні дії (втеча з уроків групою) інтерпретують як порушення цінності солідарності. Загалом ця цінність зводиться до контексту «приєднання до групи». Відповідно змістовне наповнення радше пов'язане з конформними засадами формування солідарності. Із цього погляду, варто звернути увагу, що в інтерпретаціях дуже слабо вираженою є категорія «довіри».

Ціннісна категорія «відповідальність». Змістовні конотації визначення цієї цінності вчителями вибудовуються довкола змістовного поля «відповідальність за когось» і в цьому плані дещо перетинаються з інтерпретативним наповненням цінності «турбота». Вони поєднуються з поясненнями, близькими до цінності «повага до закону», оскільки проявами є дотримання адміністративних правил, які додатково поєднуються з індивідуальною установкою на дотримання взятих на себе зобов'язань (виконання Д/З, відсутність запізнень тощо). Цінність інтерпретують крізь призму чеснот та особистих якостей індивіда, зокрема розкривають через такі категорії, як старанність і виконавчість.



Рис. 12. Семіотична наповненість інтерпретацій учителями ціннісної категорії «відповідальність»

Після завершення колективних дискусій учителі заповнювали анкети, в яких давали індивідуальні оцінки процесу інтерпретації цінностей. Зокрема, їх запитували, які ціннісні категорії їм особисто було важче інтерпретувати, щодо яких з них вони відчувають потребу їх глибшого обговорення.

Близько половини вчителів вказали, що їм було важко оцінювати такі цінності, як «демократія», «солідарність», «гідність». Більше ніж 85%

учителів вказали, що їм було легко оцінювати такі цінності, як «турбота», «відповідальність», «патріотизм», «справедливість». Практично для всіх цінностей (окрім ціннісних категорій «відповідальність», «патріотизм» та «турбота») половина або більш вчителів вказали на індивідуальну потребу подальшого обговорення їх змісту.

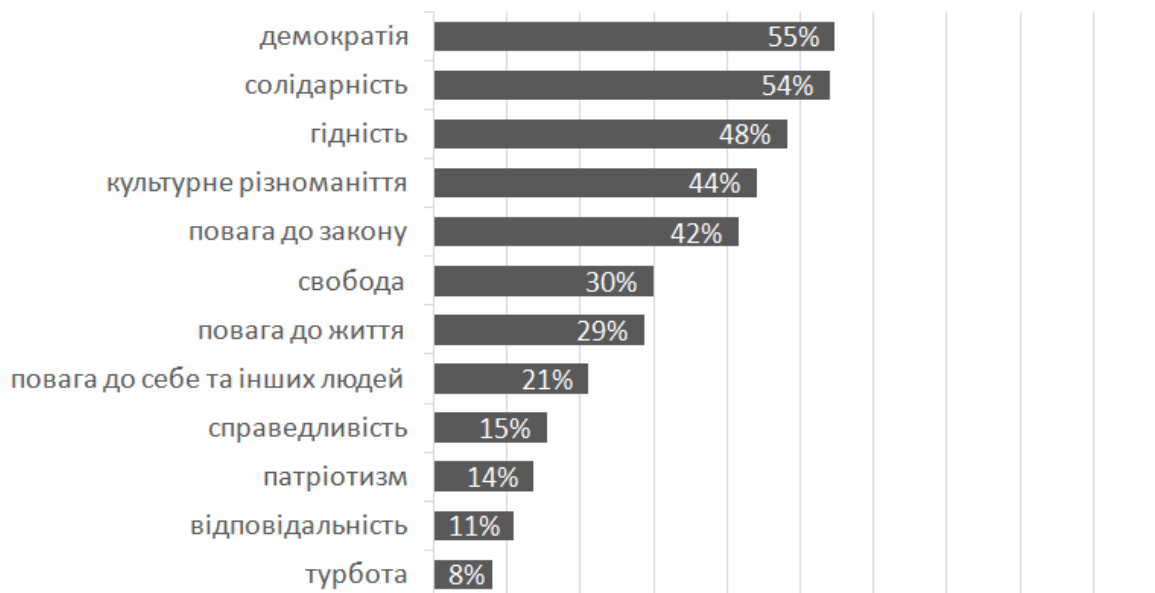


Рис. 13. Відсоток учителів, які зазначили, що було важко інтерпретувати зміст ціннісної категорії



Рис. 14. Відсоток учителів, які зазначили, що відчувають потребу в подальшому обговоренні змісту ціннісної категорії

Висновки. Змістовна інтерпретація вчителями списку цінностей з Концепції «Нова українська школа» характеризується тим, що в цих поясненнях ряд цінностей змістовно ототожнюються, деякі пояснення є суперечними щодо пояснень інших цінностей. Загалом ситуація, коли цінності представлені як список абстрактних понять, призводить до того, що виявляється суб'єктивізм у їхньому трактуванні, зміст цінностей наповнюється стереотипними штампами (зокрема, тими, які ми успадкували з радянського досвіду). Тому інтерпретація цінностей потребує деталізації, яку потрібно проробляти до того рівня, коли довільність та двозначність трактування цінності буде неможливою. У поясненнях цінностей потрібно навести не лише детальний змістовний опис, а й актуалізувати їхні прояви прикладами того, як ці цінності можуть втілюватися у формуванні шкільних норм та правил, в облаштуванні шкільного фізичного простору, у поведінці працівників школи та вчителів у різних ситуаціях та обставинах, в організації навчально-виховної роботи, у формуванні навчальних завдань, у контексті того, яка поведінка винагороджується, а яка ні тощо. Фактично, є потреба доопрацювання ціннісних засад нової української школи робочою групою експертів з метою загального перегляду категорій, які зараз формують список (гіпотетично, список цінностей може бути скорочений), уточнення та деталізації змісту кожної цінності, узгодження та змістовного розведення ціннісних категорій між собою (як варіант, відокремити цінності цілі та цінності засоби (за М. Рокічем)), деталізувати, як ці цінності виявляються на рівні особистості (ціннісні орієнтації конкретної людини) та на рівні соціальної культури загалом (суспільні цінності, організаційні цінності як колективні уявлення).

Запропоновані в концепції ціннісні категорії вчителі інтерпретували радше як індивідуальні ціннісні орієнтації (чесноти), а не соціальні принципи (засади суспільного договору). На рівні трактування цінностей як загальних принципів простежується дещо більша схильність учителів з досвідом роботи до 2 років прив'язувати ці принципи до людини (описуються як принцип людської поведінки), інші ж групи вчителів описують ці принципи радше в руслі ідеологічному (вимоги яких потрібно дотримуватись, бо так прийнято, так вважається правильним тощо). Тобто вчителі з меншим досвідом роботи більш схильні до людиноцентричних, гуманістичних інтерпретацій, а з тривалішим – до таких, які «вписують» людину в заданий соціальний контекст. Проте ця відмінність є гіпотезою, яка потребує додаткової емпіричної перевірки. Загалом у ході цих дискусій не виявлено яскравих відмінностей у трактуванні цінностей різними групами вчителів (з різним досвідом роботи в школі, учителів з обласних центрів та вчителів з менших міст, сіл, учителів з різних регіонів України тощо). Ця гіпотеза про однорідність учительського середовища щодо способів інтерпретації та сприйняття цінностей теж потребує додаткової перевірки.

Враховуючи загальну спрямованість визначень цінностей, наданих вчителями, хід дискусії, приклади відтворення цінностей у школі, які називали вчителі, можна припустити, що окремі цінності чи їх прояви є для вчителів радше невідомим досвідом (насамперед, інституційним), тому залишаються у сфері уявного, того, що мало б бути на рівні ідеального, але не реального. Тобто присутній певний дисонанс між раціональним розумінням змісту цінності і поточного стану в шкільному середовищі, суспільстві загалом. Тому більший перелік цінностей відрефлексовували вчителі радше крізь призму невідповідності (вони загалом легше знаходили приклади, коли цінності не відтворюються в досвіді школи).

Також в інтерпретаціях учителів спостерігається наповнення змісту цінностей пострадянськими уявленнями (переважно соціалістично-колективістського спрямування й тими, які пов'язані з підтримкою та служінням владним ієрархіям як обов'язку перед державою). У контексті впливу старих суспільно-ідеологічних уявлень цінності інтерпретували через пострадянські форми, які просто наповнювали новим змістом (наприклад, уявлення про патріотизм має радше радянську форму (радянські ритуали демонстрації та виховання патріотизму), але наповнюється новим змістом (інші символи, інші пам'ятні дати тощо)). Загалом це свідчить про «розмиття» й часто неузгоджену світоглядну «систему координат», у межах якої вчителі інтерпретують запропоновані ціннісні засади.

Список використаної літератури

1. «Нова українська школа». URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 20.12.2018).
2. Gudmundsdottir S. Values in pedagogical content knowledge. *Journal of teacher education*. 1990. Vol. 41 (3). P. 44–52.
3. Higgins-d'Alessandro A., Sath D. The dimensions and measurement of school culture: understanding school culture as the basis for school reform. *International Journal of Educational Research*. 1997. Vol. 27. P. 553–569.
4. Stephenson J., Ling L., Burman E. & Cooper M. Values in Education. London: Routledge, 1998.
5. Veugelers W., Vedder P. Values in Teaching. *Teachers and Teaching: theory and practice*. 2003. Vol. 9. № 4. November. P. 377–389.

Стаття надійшла до редакції 25.01.2019.

Савчинский Р. О., Демков О. Б. Интерпретация ценностных категорий учителями школ: социологическое исследование в контексте реформирования современной украинской школы

В статье рассматривается ценностный аспект реформирования средней школы в современной Украине. Одним из важных измерений реформы являются культурные изменения, связанные, в частности, с принципом «воспитания на ценностях». В концепции реформ предусмотрен перечень из 15 ценностей, которые должны разделять выпускники школы. Эмпирическая часть исследования реализована в рамках проекта Украинского католического университета «Пространство образовательных инициатив» в 2018 г., который охватил 400 учителей из всех регионов Украины. Зафиксировано, что в интерпретациях учителей наблюдается полифония в содержательном наполнении ценностей. Интерпретации, связанные с принципами открытых де-

мократических обществ, сочетаются с постсоветскими представлениями (преимущественно социалистически-коллективистского толка и теми, которые связаны с поддержкой и служением властной иерархии как обязанности перед государством).

Ключевые слова: социология образования, ценности, новая украинская школа.

Savchynskyi R., Demkiv O. Interpretation of Values Categories by School Teachers: Sociological Exploration in the Context of Modern Ukrainian School Reforming

The value aspect of the secondary school reform in contemporary Ukraine in line with proposed by the Ministry of Education conception «New Ukrainian School» is considered. The important aspect of the reform is cultural change, which is related, in particular, to the principle of «values based education». This principle is one of the main basis in modern educational reforms strategies. «Values based education» is in the focus of theoretical reflection and practical implementation since the late 1980s. The conception of the Ukrainian school reform provides a list of 15 values to be shared by graduates of the school. This article presents the results of the study how these values are interpreted by the teachers of Ukrainian schools. The study examines the interpretation of 12 value categories: «dignity», «justice», «care», «value of life», «respect for oneself and others», «freedom», «democracy», «cultural diversity», «patriotism», «respect for the law», «solidarity», «responsibility». The empirical part of the study was implemented in 2018 within the framework of the Ukrainian Catholic University project «Space of Educational Initiatives». The research covered 400 teachers from all regions of Ukraine. The study found that the teachers' explanations of a number of values are meaningfully identical, some values explanations are in contradiction. It was found out that the values categories proposed in the reform conception are interpreted by teachers mainly as individual value orientations (virtues) and less as social principles (principles of social contract). Within the study, there were no significant differences in the values interpretations by different groups of teachers: between teachers with different term of work in school; from oblast centers and smaller cities and villages; from different regions of Ukraine, etc. The analysis of empirical material revealed a dissonance within teachers' rational understanding of the values and their assessments of these values reproduction in the school environment and society as a whole. Also there is some polyphony in the teachers' values interpretations. Those related to the principles of open democratic societies are combined with post-Soviet ideas (mainly socialist-collectivist orientations and ideas associated with the power hierarchy subservience, as well as a duty to the state). In the context of the influence of old socio-ideological ideas, values were often interpreted through post-Soviet forms, but filled with new discursive meaning. According to the results of the study it is recommended to finalize the list of value categories by the expert group and: to reduce the list of values; to specify the meaning of each value category; to make clear differentiation of value categories in the final list.

Key words: sociology of education, values, new Ukrainian school.

УДК 316.334.2+314.15](477.7)

А. М. ФЕСЕНКО, В. О. ЧОРНА, Б. Б. БОНДАРЕЦЬ

ЕКОНОМІЧНЕ НЕБЛАГОПОЛУЧЧЯ ТА ЕМІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ МЕШКАНЦІВ ОБЛАСНИХ ЦЕНТРІВ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

У статті порушено питання економічного добробуту та розповсюдженості еміграційних настроїв мешканців обласних центрів Півдня України (Одеса, Миколаїв, Херсон) на підставі результатів анкетного опитування, здійсненого соціологами Півдня України у 2018 р.

Зафіксовано, що самооцінки респондентами економічного стану та фінансових можливостей власних сімей свідчать про їхнє економічне неблагополуччя, зокрема неможливість значної кількості українських родин достатньою мірою задовольняти власні потреби, які перевищують поточні найнеобхідніші витрати; встановлено також, що респонденти не бачать перспектив покращення економічної ситуації в країні найближчим часом і тому досить стримано оцінюють перспективи поліпшення власного економічного благополуччя, не маючи впевненості в завтрашньому дні.

Опитування також показало поширеність еміграційних настроїв мешканців зазначених обласних центрів, де більше ніж половина респондентів зізналися в замислюванні над варіантом переїзду на постійне місце проживання до європейських та/або англосаксонських країн, що асоціюються в масовій свідомості сучасних українців із заможністю, високими стандартами оплати праці, стабільністю та життєвими перспективами.

Ключові слова: Південь України, самооцінка, економічне неблагополуччя, економічний стан, бідність, еміграційні настрої, еміграційні наміри, еміграційні орієнтації.

Бурхливі суспільно-політичні події наприкінці 2013 р. – на початку 2014 р., подальші територіально-економічні втрати України та збройний конфлікт на Донбасі стали надзвичайно вагомою причиною суттєвого погіршення соціально-економічної ситуації, на тлі якої знову загострилася проблема економічного неблагополуччя – зниження життєвого рівня, збідніння широких мас українського населення.

Заморожування заробітних плат у 2014–2016 рр. та зростання заборгованостей з її виплати, новий сплеск безробіття внаслідок падіння виробництва, значна девальвація української національної валюти, інфляція, нестримне перманентне зростання цін на продукти першої необхідності, на енергоносії та, відповідно, тарифів на всі житлово-комунальні послуги, спричинюючи падіння реальних доходів і купівельної спроможності, змусили значну кількість українських сімей (домогосподарств) здійснювати свою повсякденну життєдіяльність у режимі «боротьби за виживання», змушуючи як мінімум «взяти курс на економію»: хтось відмовляється від нового одягу, побутової техніки чи цивілізованого літнього відпочинку, а комусь доводиться економити й на ліках, на якісних продуктах харчування та «секвеструвати» свій традиційний харчовий раціон.

За словами відомого експерта, керівника відділу дослідження рівня життя Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України Л. М. Черенько, у період економічних негараздів найбільше страждають соціально уразливі (незахищені) верстви населення, до яких традиційно належать багатодітні сім'ї, пенсіонери, інваліди, самотні батьки. У них і раніше витрати на харчування могли сягати 80% доходів, а «тепер такі люди відмовляються платити за квартиру чи за гуртки для дітей. Вони не можуть купувати ліків, і хвороба заводить їх у глухий кут»; до того ж має місце не лише скорочення не продуктових витрат, а й перехід на споживання дешевших чи синтетичних продуктів [7]. Але не набагато кращим виявляється становище тих, хто працює за наймом у режимі повної зайнятості: в Україні стандарти заробітної плати вже не перше десятиліття є заниженими (навіть після суттєвого підвищення мінімальної заробітної плати на початку 2017 р.).

Загалом опитування останніх років, зокрема моніторингові, що проводять провідні соціологічні установи України, раз за разом фіксують погіршення економічного самопочуття українців, що виражається в їхньому самокритичному ставленні до власного рівня життя, фінансових можливості власних сімей, остраху перед перспективами подальшого зростання цін і тарифів, перед «раптовим збіднінням» унаслідок форс-мажорних обставин у родині чи в державі, і на тлі цього – як незадоволеність власним життям (і, звичайно, станом справ у країні загалом), так і поширеність зовнішньоміграційних, у тому числі відверто еміграційних настроїв.

Так, за результатами вибіркового опитування, здійсненого в січні 2017 р., з 10,6 млн українських домогосподарств (причому тих, у складі яких є працюючі особи, а не лише непрацездатні), лише 7% зазначили, що їхніх доходів було достатньо як для поточного споживання, так і для заощаджень, – натомість половині домогосподарств доходів вистачало лише на поточне споживання; 40% вказали, що вони постійно відмовлялися від усього, окрім найнеобхідніших витрат; жоден з опитаних не назвав себе заможним, натомість 69% зарахували себе саме до категорії до бідних [2, с. 689]. За даними ще одного із загальноукраїнських соціологічних опитувань, після 2014 р. 56% українців почали економити на продуктах, 53% – на одязі [7].

На тлі такої ситуації має місце сплеск міграційної активності закордонного спрямування – як «заробітчанства», так і еміграції, а серед підростаючого покоління українців значної популярності набуває ще й так звана «освітня міграція», зорієнтована на здійснення вступу та навчання до іноземних ЗВО.

Як зазначають фахівці, зокрема директор Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України Е. М. Лібанова, головною складовою зовнішніх міграцій у сучасному світі є переселення саме через економічні чинники: «Головну роль відіграє співвідношення якості

життя в країнах (регіонах, поселеннях) походження (проживання) і країнах (регіонах, поселеннях) спрямування», унаслідок чого «масовий міграційний потік завжди рухається від країни (регіону, поселення) з нижчою якістю життя туди, де якість життя вища». Що стосується власне українців, то вони «прагнуть не тільки вищих заробітків (хоча цей чинник є найважливішим), а і спокійного, стабільного життя у місцях, де безпечно середовище, доступна якісна медицина, гарні дороги і транспорт, чисті вулиці й подвір'я» [8, с. 9].

За розрахунками Міжнародної організації праці (МОП), за кордоном нині працюють 1,2 млн українців (що становить 4,5% загальної кількості населення віком 15–70 років) [3]; а за даними Державної міграційної служби та Державної прикордонної служби, які озвучив наприкінці 2018 р. міністр соціальної політики України А. Рева, це показник сягає 3,2 млн чол. – це ті, хто працює на постійній основі, а на непостійній (тимчасово) озвучена цифра від 7 до 9 млн чол. [5].

Як причину своєї закордонної міграції 84% опитаних заробітчаних як раз і заявили низький рівень заробітної плати в Україні: середній місячний заробіток одного трудового мігранта на момент проведення опитування становив 722 дол., що в 3,5 рази перевищувало тогочасну середню зарплату в Україні – 203 дол. [2, с. 692].

У плані актуальних міграційних настроїв спостерігається така картина: за даними моніторингових опитувань, здійснюваних Інститутом соціології НАН України, у 2014 р. 15% опитаних мешканців України серйозно замислювалися над еміграцією, і понад 21% – у 2016 р.; плани поїхати за кордон на тимчасові заробітки будували 7% у 2014 р. і 11% у 2016 р., а кількість тих, хто мав досвід роботи за кордоном, зросла за ці два роки з 17% до 20% [2, с. 691]. За даними ж одного з останніх опитувань соціологічної групи «Рейтинг», залишити Україну прагнуть 27% респондентів, причому більшість із них – це українці віком від 18 до 25 років (52%), з вищою освітою (34%) та забезпечені (36%), а серед бідних верств населення хочуть жити за кордоном 22% респондентів [4].

Усі ці дані доводять актуальність та злободенність окресленої проблематики для сучасної України, симптомізуючи, крім іншого, негативні ментальні зсуви в масовій свідомості українців: поширеність песимістичних і «валізних» настроїв, особливо в молодіжному середовищі та серед освічених людей працездатного й репродуктивного віку, є серйозним викликом, що стоїть на заваді курсу України на модерне суспільство європейського зразку.

Не менш важливим, з огляду на регіональні відмінності сучасної України, видається відслідковування динаміки відповідних настроїв на рівні місцевих адміністративно-територіальних одиниць і географічних регіонів, фіксація почуттів безпеки/небезпеки життя та життєдіяльності, що його демонструють місцеві мешканці.

Моніторингові дослідження рівня життя та міграційної активності населення України протягом останніх десятиліть здійснюються під егідою таких потужних наукових установ України, як Інститут соціології НАН України, Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, Київський міжнародний інститут соціології тощо, співробітники яких регулярно знайомлять наукову й широку громадськість зі знаковими результатами відповідних опитувань та інших досліджень.

Серед вітчизняних учених, які професійно досліджують проблему добробуту та бідності українських домогосподарств, у тому числі крізь призму економічного самопочуття, варто назвати таких, як: В. Буткалюк, Е. Лібанова, О. Макарова, О. Палій, Ю. Саєнко, Л. Черенько та ін.; міграційна активність та міграційні настрої/наміри українців є предметом наукових пошуків Е. Лібанової, О. Малиновської, О. Позняка, І. Прибиткової та ін.

Натомість, значно менше уваги приділено окресленій проблематиці на регіональному емпіричному матеріалі, у зв'язку із чим наукова розробка, подана в межах цієї статті, є актуальною.

Мета статті – презентація результатів анкетного опитування мешканців трьох обласних центрів Півдня України (Одеси, Миколаєва та Херсона) за окресленою проблематикою, здійсненого колективом кафедри соціології ЧНУ ім. Петра Могили та Миколаївського центру соціологічних досліджень, що працює при цьому університеті.

У межах статті подано результати емпіричного соціологічного дослідження з використанням методу анкетного опитування міського населення обласних центрів Півдня України (N = 801: м. Одеса – 425 чол., м. Миколаїв – 218 чол., м. Херсон – 158 чол.; вибірка репрезентує доросле населення вказаних міст за соціально-демографічними ознаками та за місцем проживання; похибка становить не більше ніж 3,5%), які демонструють самооцінки сімей (домогосподарств) респондентів рівня свого економічного благополуччя, оцінювання ними економічного стану/перспектив України, з одного боку, та еміграційні настрої респондентів (міркування про ймовірний виїзд за межі України на постійне місце проживання) – з іншого.

Це соціологічне дослідження здійснене восени 2018 р. в межах науково-дослідницького проекту «Ефективне функціонування та розвиток регіонального соціокультурного середовища в умовах децентралізації як запорука національної безпеки України» колективом кафедри соціології ЧНУ ім. Петра Могили та Миколаївського центру соціологічних досліджень (науковий керівник проекту – д. пед. н., професор, зав. кафедри соціології Чорноморського національного університету ім. Петра Могили І. А. Мейжис).

Результати проведеного опитування, насамперед, свідчать про те, що мешканці обласних центрів Південного регіону доволі критично оцінюють

економічне становище та фінансові можливості власних домогосподарств, демонструють стриманий оптимізм (за принципом «гірше не буде») стосовно власних життєвих перспектив на найближчий рік та вкрай негативно оцінюють загальну соціально-економічну ситуацію в Україні й сам характер подальшого розвитку цієї ситуації в країні («справи рухаються в неправильному напрямку»).

Так, у сукупності майже третина респондентів оцінює економічний стан власної сім'ї як «поганий» та «дуже поганий», а більше ніж половина респондентів – як «задовільний»; тоді як позитивні самооцінки в сукупності ледь перевищують 15%. У розрізі конкретних міст найбільш критично оцінюють економічний стан власних родин мешканці Херсону, де найменша порівняно з двома іншими містами кількість респондентів (8,3%) оцінила цей стан як «добрий», натомість найбільша кількість обрала варіанти оцінки «поганий» (32,5%) та «задовільний» (58,6%).

Загальний розподіл відповідей, що ілюструють самооцінки респондентів економічного стану власних сімей по регіону в цілому та по трьох окремих містах, подано в табл. 1.

Таблиця 1

Самооцінка респондентами економічного стану власної сім'ї, %

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
Дуже поганий	3,3	6	0,6	4,2
Поганий	27,7	25,3	32,5	27,3
Задовільний	56,3	49,4	58,6	53,1
Добрий	12,2	16,9	8,3	14
Дуже добрий	1,9	3,7	2,5	1,4

Схожа картина виявляється й при аналізі відповідей респондентів, що ілюструють фінансовий потенціал їхніх сімей – в плані можливостей здійснювати витрати на придбання матеріальних благ та робити заощадження.

Тут найбільша кількість опитаних (42,1%) обрала серед пропонувананих варіантів відповіді «Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг вже важко», а ще 13,6% – ще більш категоричний варіант «Нам вистачає грошей на їжу», що в сукупності становить більше ніж половину респондентів, при тому, що середній варіант «Нам вистачає грошей на їжу, одяг, і ми можемо дещо відкласти» обрали лише третина (33,6%) опитаних; ще 9,2% відповіли, що можуть дозволити собі купувати деякі коштовні речі, і лише 1,5% опитаних дозволяють собі здійснювати будь-які витрати. У розрізі міст, як і в попередньому питанні, найбільш критичні самооцінки в мешканців м. Херсону, де відповіді, що демонструють обмежені можливості родин щодо здійснення сімейних витрат, позначила більшість (80,9%) респондентів.

Одержані результати дозволяють оцінити стан справ саме в термінології наукового дискурсу бідності: «суб'єктивна бідність», «відносна бідність» та «депривація» (обмеження або повне позбавлення).

У світових стандартах оцінювання рівня життя населення ще з кінця XIX ст. є норматив, за яким ті сім'ї (домогосподарства), які витрачають 60% (і більше) свого сукупного місячного доходу на «базові потреби», до яких належать продукти харчування, оплата за житло й комунальні послуги, проїзд, одяг, як раз і вважають бідними. Традиційна для XX ст. концепція «відносної бідності» побудована на тому базовому постулаті, що бідність – «це неможливість через нестачу ресурсів підтримувати спосіб життя, притаманний конкретному суспільству у конкретний період часу»; людина вважає себе (чи інших) бідними, якщо не може опанувати ті середні стандарти життя, характерні для цього суспільства з його відповідним рівнем розвитку. Нарешті, у межах найбільш сучасної «деприваційної» концепції «бідність оцінюється не за ресурсами, які є у тієї чи іншої родини, а за умовами життя – на основі переліку благ, яких позбавлені бідняки». На думку експерта з Національного інституту стратегічних досліджень Т. Черненко, чинниками, що відділяють справді бідні верстви населення від багатіших, нині варто вважати доступ до здорового способу життя, якісного харчування, якісного (а не гарантованого державою безкоштовного) медичного обслуговування, якісної освіти, нормальних побутових умов, а також доступ до роботи, що відповідає освітній кваліфікації людини [1].

У цьому розрізі отримані результати презентованого опитування (так само, як і вищенаведених всеукраїнських опитувань), де більше від половини респондентів зізналися, що їхні сукупні сімейні доходи дозволяють робити лише ось ці найнеобхідніші витрати, є вельми показовими.

Загальний розподіл відповідей соціологічного опитування миколаївських соціологів, що ілюструють самооцінки респондентів фінансових можливостей власних сімей щодо здійснення тих чи інших витрат, придбань, заощаджень по регіону в цілому та по трьом окремим містам, подано в табл. 2.

Таблиця 2

Самооцінка респондентами фінансових можливостей власної сім'ї, %

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
Ми можемо дозволити все, що хочемо	1,4	1,9	0,6	1,5
Ми можемо дозволити собі купувати деякі коштовні речі	11,3	9	7	9,2
Нам вистачає грошей на їжу, одяг, і ми можемо дещо відкласти	40,4	38,3	11,5	33,6
Нам вистачає грошей на їжу, але купувати одяг уже важко	40,4	37,4	57,3	42,1
Нам вистачає грошей на їжу	6,6	13,5	23,6	13,6

У плані прогнозування респондентами перспектив життя своєї родини на найближчий рік результати опитування засвідчили сукупну перевагу умовно оптимістичних сценаріїв «дещо краще» (28,3%) та «так само, як і зараз» (44,9%), що в підсумку становить трохи більше ніж 2/3 відповідей респондентів; хоча в оцінках життєвих перспектив по конкретних містах є розбіжності, за якими мешканці Херсону демонструють значно більш песимістичні настрої, ніж у цілому по регіону, а мешканці більш заможної Одеси – переважно оптимістичні.

Загальний розподіл відповідей, що ілюструють оцінювання респондентами життєвих перспектив власних сімей на найближчий рік по регіону в цілому та по трьох окремих містах, подано в табл. 3.

Таблиця 3

**Прогнозування респондентами перспектив життя своєї сім'ї
на найближчий рік, %**

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
Буде набагато краще	5,6	11,4	2,5	8,1
Буде дещо краще	27,2	29,9	25,5	28,3
Буде так само, як зараз	54	46,6	28	44,9
Буде дещо гірше	12,7	9,7	30,6	14,6
Буде набагато гірше	0,5	2,3	13,4	4

Натомість, вельми контрастним видається оцінювання респондентами загального економічного стану України, перспектив його зміни в найближчий рік та загальний характер (напрямок) розвитку справ у державі.

Так, результати опитування продемонструють, що в плані оцінок респондентами економічного стану України суттєву сумарну перевагу одержали негативні варіанти «поганий» та «дуже поганий» (82,1% по регіону), тоді як позитивні та нейтральні оцінки в сумі не набирають і 20%. У розрізі міст найбільш негативні оцінки демонструють херсонці (89,2%) та миколаївці (86,4%), при тому, що тут варіант оцінки економічного стану «добрий» не перевищив показник у 2,5%, а варіант «дуже добрий» взагалі не обрав жоден респондент (табл. 4).

Таблиця 4

Оцінка респондентами економічного стану України, %

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
Дуже поганий	36,2	42,9	31,2	38,8
Поганий	50,2	34,6	58	43,3
Задовільний	11,7	17,9	8,3	14,4
Добрий	1,9	3,7	2,5	3,0
Дуже добрий	0	0,9	0	0,5

У плані ж прогнозування респондентами економічних перспектив України на найближчий рік, то тут, як і у випадку з баченням перспектив життя власної сім'ї на найближчий рік, зафіксовано обережний оптимізм,

за якого найбільший відсоток відповідей респондентів припав на варіант «такий самий, як і зараз» (39,6% по регіону); водночас негативні прогнози сумарно перевищили позитивні – 38,2% проти 22,2%, причому серед мешканців різних міст варіанти «дещо гірше» та «набагато гірше» частіше обирали херсонці, а варіанти «дещо краще» і «набагато краще» в одеситів та у миколаївців в сукупності набирали 26–30% (табл. 5).

Таблиця 5

**Оцінка респондентами перспектив економічного стану України
на найближчий рік, %**

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
Буде набагато краще	3,3	5,8	0,6	3,5
Буде дещо краще	27,7	20,6	21	18,7
Буде такий самий, як і зараз	46	37,8	35,7	39,6
Буде дещо гірше	28,6	22,5	29,3	25,5
Буде набагато гірше	10,8	13,2	14	12,7

Нарешті, найбільш вражаючим критицизмом щодо ситуації, що нині склалася, відзначилися результати відповідей на питання, в якому респондентам було запропоновано відзначити правильність/неправильність «напрямку руху справ в Україні». Тут у сукупності по регіону 2/3 респондентів (73%) обрали варіант «у неправильному напрямку», при тому, що протилежну альтернативу обрали як власну оцінку ситуації лише 9,5% (причому у Херсоні та у Миколаєві й того менше – по 7%), і ще майже п'ята частина (17,5%) респондентів не змогла визначитися з відповіддю (табл. 6).

Таблиця 6

Оцінка респондентами напрямку руху справ в Україні, %

Оцінка	Миколаїв	Одеса	Херсон	Середні показники по регіону
У правильному напрямку	7	11,6	7	9,5
У неправильному напрямку	74,2	70,1	79,6	73
Важко сказати	18,8	18,3	13,4	17,5

Не дивно, що за таких умов власного життя й оцінювання ситуації в країні, її перспектив на найближче майбутнє поширені зовнішньоміграційні настрої, що трансформуються із часом у тверді наміри залишити Батьківщину назавжди, тобто емігрувати.

Як наголошено в Національній доповіді «Українське суспільство: міграційний вимір», «реалізовані і певною мірою – потенційні еміграційні настанови є максимально повним і точним віддзеркаленням настроїв:

– низької оцінки свого власного життя й поточної ситуації в країні за відсутності віри у швидкі зміни, що приведуть до бажаних результатів

(53,5% тих, хто збираються виїхати з України, переконані, що ніякого покращання не буде, і тільки 16,0% вірять, що все налагодиться); поганих перспектив для себе, родини та нащадків в Україні;

– стійкого переконання у вищій якості життя в інших країнах/регіонах та впевненості у наявності попиту на робочу силу (набуття професійної освіти) мігрантів у країнах призначення;

– впевненості у своїх можливостях інтегруватися у нове суспільство (знайти роботу, житло, вивчити мову, пристосуватися до способу життя тощо), зокрема через наявність міжтериторіальних зв'язків і досвід родинної, сусідської та общинної міграції;

– поширення в суспільстві настанов на еміграцію (стаціонарну, трудову, освітню) – формування своєрідної моди на еміграцію, особливо серед освічених верств населення;

– перетворення в уяві значної частини українців міграції на ефективний соціальний ліфт, який дає змогу істотно підняти свій матеріальний та соціальний статус» [8, с. 10].

Поширеність таких настроїв на теренах України, зокрема в середовищі української освіченої молоді (студентів-старшокурсників та випускників вишів) та серед людей середнього віку фіксують соціологічні опитування останніх років як загальноукраїнського, так і регіонального масштабу. Не становить винятку тут і Південь України. Так, нещодавнє опитування студентської молоді (респондентами виступили студенти чотирьох провідних вишів м. Миколаєва, N = 400), проведене колективом кафедри соціології ЧНУ ім. Петра Могили та університетського Миколаївського центру соціологічних досліджень, засвідчили, що 75% опитаних студентів замислювалися над тим, щоб виїхати працювати за кордон (рис. 1).

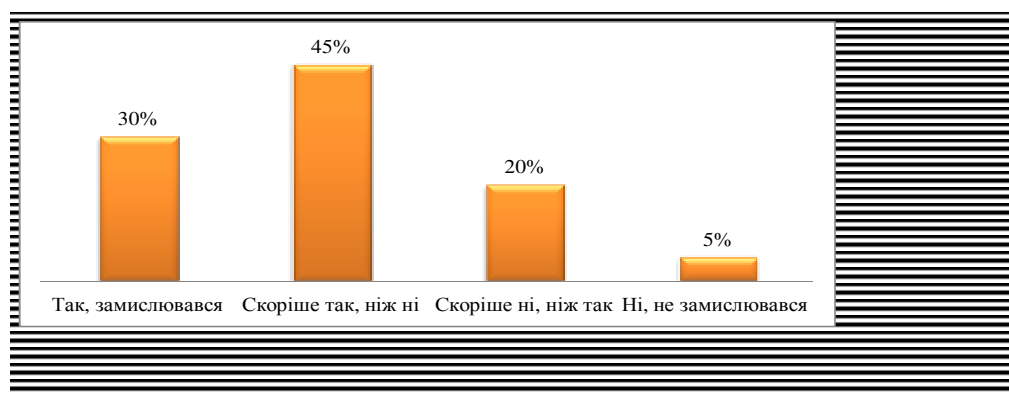


Рис. 1. Міркування миколаївських студентів про виїзд за кордон для працевлаштування

Причому серед опитаних студентів 20,4% висловили готовність виїхати за кордон на постійне місце проживання, 35,6% – поїхати на тимчасові заробітки, а ще 25,9% обрали варіант «виїхав би за кордон з метою здобуття додаткової освіти та досвіду». Цей розподіл наочно ілюструє табл. 7.

Таблиця 7

Розподіл міграційних намірів миколаївських студентів, %

Намір	Кількість відповідей
Виїхав би на постійне місце проживання за кордон	20,4
Виїхав би на тимчасові заробітки за кордон	35,6
Виїхав би за кордон з метою здобуття додаткової освіти та досвіду	25,9
Важко відповісти	18,1

Щодо зафіксованих міграційних орієнтацій, то половина опитаної студентської молоді (50,5%) хотіли б поїхати на працевлаштування до США, Великої Британії, Канади, Австралії тощо, тобто англomовних країн з високим рівнем життя й соціальних можливостей для молоді; ще 12% виявили бажання їхати до країн континентальної Європи (центральна, західна, південна), ще 5% – до країн СНД, які нині освічена молодь сприймає як периферію (й особливий випадок – сучасне ставлення української студентської молоді до Росії чи країн, що перебувають під її впливом) [6, с. 215–216].

У межах презентованого комплексного соціологічного опитування мешканців обласних міст Півдня України також передбачалося встановлення як наявності еміграційних намірів респондентів, так і більш конкретних орієнтацій щодо бажаного напрямку ймовірного виїзду за кордон.

Результати опитування засвідчили, що сукупно більше ніж половина (54,4%) респондентів не проти емігрувати з України (хоча й потрібно враховувати тут умову-обмежувач «якщо б була така можливість») і ще 8,2% коливалися з відповіддю на це питання (що можна також інтерпретувати як показник замислювання цих респондентів над цією перспективою). У розрізі міст виявляється, що найбільш налаштованими на від'їзд є миколаївці (60,1%), далі йдуть херсонці (54,8%) та одесити (51%). Як бачимо, по всіх містах Півдня України еміграційні наміри респондентів перевищують п'ятдесятивідсотковий рубіж. Повний розподіл відповідей на питання «Якщо сьогодні у Вас була б така можливість, чи хотіли б Ви виїхати на постійне місце проживання до іншої країни?» по регіону в цілому та по окремих містах подано в табл. 8.

Таблиця 8

Еміграційні наміри респондентів (розподіл відповідей на питання анкети «Якщо сьогодні у Вас була б така можливість, чи хотіли б Ви виїхати на постійне місце проживання до іншої країни?»), %

Місто/Південний регіон у цілому	Так	Ні	Важко відповісти
Миколаїв	60,1	31,5	8,5
Одеса	51,5	40,1	8,1
Херсон	54,8	36,9	8,3
У цілому по регіону	54,4	37,2	8,2

Щодо напрямку можливої еміграції переважає, навіть домінує, західний вектор (Північна Америка – 28,8%, країни Центральної та Східної Європи – 20,5%, країни Західної Європи – 20,9%; у сукупності – 70,2%) порівняно з євразійським (Росія та інші країни СНД набирають у сукупності 20,3%, причому власне Російська Федерація – менше, ніж інші країни СНД).

Очевидно, ключовим фактором таких зовнішньоміграційних орієнтацій є стійкість у сучасних українців асоціювання країн «колективного Заходу» з високими стандартами рівня життя, сучасними благами цивілізації, правами людини та соціальними можливостями для себе й своїх нащадків.

Повний розподіл відповідей респондентів на питання «Якщо у Вас є наміри виїхати на постійне місце проживання до іншої країни, то куди саме?» по регіону в цілому та по окремих містах подано в табл. 9.

Таблиця 9

**Еміграційні орієнтації респондентів
(розподіл відповідей на питання анкети
«Якщо у Вас є наміри виїхати на постійне місце проживання
до іншої країни, то куди саме?»), %**

Місто/ Південний регіон у цілому	Росія (РФ)	Інші країни СНД	Країни Східної та Центральної Європи	Країни Західної Європи	США, Канада	Інші країни	Важко відповісти
Миколаїв	6,1	9,8	22,7	24,5	28,8	2,5	5,5
Одеса	10,8	10	16,8	20,8	31,6	4,8	5,2
Херсон	8,5	18,1	26,6	14,9	21,3	6,4	4,3
У цілому по регіону	8,8	11,5	20,5	20,9	28,8	4,3	5,2

Врахуємо тут і той факт, що більшість респондентів цього опитування (61,9%) відзначили наявність родичів, друзів, знайомих, які вже емігрували з України, зокрема до Росії (19,8%), інших країн СНД (10,5%), країн Східної та Центральної Європи (21,9%), країн Західної Європи (18,8%), США або Канади (24%) і до інших країн (3,3%); не змогли визначитися у цьому питанні ще 1,7% опитаних. Звичайно, наявність успішного влаштування за кордоном когось «із своїх», зокрема, у країнах, які асоціюються з високим рівнем та стандартами життя, може зіграти роль додаткового аргументу на користь еміграційного варіанта, над яким замислюються в сім'ї респондента.

Повний розподіл відповідей респондентів на питання «Якщо у Вас є наміри виїхати на постійне місце проживання до іншої країни, то куди саме?» по регіону в цілому та по окремих містах подано в табл. 10.

Таблиця 10

Наявність у респондентів родичів, друзів, знайомих, які емігрували з України (розподіл відповідей на питання анкети «Куди саме емігрували Ваші знайомі, друзі або родичі?»), %

Місто/ Південний регіон у цілому	Росія (РФ)	Інші країни СНД	Країни Східної та Центральної Європи	Країни Західної Європи	США, Канада	Інші країни	Важко відповісти
Миколаїв	24,6	10,9	26,3	20,6	14,3	1,7	1,7
Одеса	19,7	11,4	17,4	16,7	29,5	3,5	1,8
Херсон	11,6	6,3	32,6	24,2	18,9	5,3	1,1
У цілому по регіону	19,8	10,5	21,9	18,8	24	3,3	1,7

Висновки. Отримані під час опитування результати надають змогу зробити висновки про: а) оцінювання респондентами економічного стану власної сім'ї та її фінансових можливостей у категоріях обмеженостей (депривацій); б) відсутність впевненості в завтрашньому дні внаслідок песимістичного погляду на можливості покращення економічної ситуації в країні та абсолютно критичного ставлення до динаміки стану справ в Україні в цілому; в) поширеність на тлі відзначених самооцінок та уявлень еміграційних настроїв, орієнтування на від'їзд до тих зарубіжних країн, які перевершують сучасну Україну саме за параметрами рівня/якості життя.

Зрозуміло, що для того, щоб сучасна, цивілізована людина ХХІ ст. могла сказати, що вона має належний рівень та якість життя, «живе гідно» або ж належить до середнього класу, в неї має бути такий рівень доходів, щоб задовольняти потреби високого рівня: у відпочинку з якісним дозвіллям, у подорожах світом, у доступі до інформації та культурних цінностей тощо. І саме цього українцям нині відверто бракує, й не дивно, що на цьому тлі має місце поширеність не просто налаштування на вже традиційне для України заробітчанство, а й на від'їзд за кордон на постійне місце проживання в пошуках кращої долі в тих країнах, що сприймаються масовою свідомістю як категорії «благополучних» чи «цивілізованих», у тому числі й покинути Україну назавжди.

Виявлений стан масової свідомості мешканців обласних центрів, що представляють Південний регіон України з його специфікою та потенціалом, не може не насторожувати, адже режим життєдіяльності за моделлю «виживання» є основним фактором розповсюдження зневіри, розчарування, соціальної апатії серед широких мас населення, що не можна не кваліфікувати як суттєву перешкоду на шляху подальшого розвитку України, її регіонів у соціально-економічному, демографічному та ментальному плані.

Отримані результати варто використовувати також як індикатори соціальної безпеки функціонування регіонального соціуму, що є особливо актуальним з огляду на геополітичні виклики та загрози, з якими нині сти-

кається Україна, у тому числі Причорноморський регіон, який має для України стратегічне значення.

Відтак, одержаний у результаті як цього, так і відповідних аналогічних досліджень та моніторинрів у майбутньому масив емпіричного матеріалу має не лише власне наукове (соціологічне), а й практичне (політико-управлінське) значення.

Список використаної літератури

1. Бідність в Україні – від 2% до 65%. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/business/2013/08/130819_poverty_ukraine_az (дата звернення: 16.12.2018).
2. Доброва Т. Г. Бідність працюючого населення як індикатор соціально-економічного стану суспільства. *Економіка та суспільство*. Електронне наукове фахове видання. 2018. Вип. 14. С. 686–694. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/97.pdf (дата звернення: 16.12.2018).
3. Населення продовжує зникати: скільки людей втратила Україна в 2018 році. URL: <https://politeka.net/ua/news/638630-naselenie-prodolzhaet-ischezat-skolko-lyudej-poteryala-ukraina-v-2018-godu-2/> (дата звернення: 16.12.2018).
4. Поїхати чи залишитися: скільки українців хочуть жити за кордоном. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2018/03/16/infografika/suspilstvo/poyixaty-chy-zalyshytysya-skilky-ukrayincziv-xochut-zhyty-kordonom> (дата звернення: 16.12.2018).
5. Рева повідомив, скільки українців працюють за кордоном на постійній основі. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/441162/rev-a-povidomyv-skilky-ukrayintsiv-pratsyuyut-zakordonom-na-postijnij-osnovi> (дата звернення: 16.12.2018).
6. Соціокультурний розвиток регіонального соціуму в контексті національної безпеки: міждисциплінарний вимір: колективна монографія / за заг. ред. І. А. Мейжис, Л. А. Ляпіної. Миколаїв: Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2018. 312 с.
7. Україна: курс на бідність. URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/03/30/536010> (дата звернення: 16.12.2018).
8. Українське суспільство: міграційний вимір: національна доповідь / Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 396 с. URL: http://www.nas.gov.ua/text/pdfNews/Libanova_migration_report_19.12.2018.pdf (дата звернення: 16.12.2018).

Стаття надійшла до редакції 28.01.2019.

Фесенко А. М., Черная В. А., Бондарец Б. Б. Экономическое неблагополучие и эмиграционные настроения жителей областных центров Юга Украины

В статье затронуты вопросы экономического благосостояния и распространенности эмиграционных настроений жителей областных центров Юга Украины (Одесса, Николаев, Херсон) на основе результатов анкетного опроса, проведенного социологами Юга Украины в 2018 г.

Зафиксировано, что самооценки респондентами экономического положения и финансовых возможностей собственных семей свидетельствуют об их экономическом неблагополучии, в частности невозможности значительного количества украинских семей в достаточной мере удовлетворять собственные потребности, которые превышают текущие необходимые расходы; установлено также, что респонденты не видят перспектив улучшения экономической ситуации в стране в ближайшее время и поэтому довольно сдержанно оценивают перспективы улучшения собственного экономического благополучия, не имея уверенности в завтрашнем дне.

Опрос также показал распространенность эмиграционных настроений жителей указанных областных центров, где больше половины респондентов задумывались

над переездом на постоянное место жительства в европейские и/или англосаксонские страны, которые ассоциируются в массовом сознании современных украинцев с зажиточностью, высокими стандартами оплаты труда, стабильностью и жизненными перспективами.

Ключевые слова: Юг Украины, самооценка, экономическое неблагополучие, экономическое положение, бедность, эмиграционные настроения, эмиграционные намерения, эмиграционные ориентации.

Fesenko A., Chorna V., Bondarets B. Economic Disadvantages and Emigration Attitudes of Residents of Regional Centers in the South of Ukraine

The article addresses the issue of economic prosperity and, in connection with it, the prevalence of emigration attitudes among the South Ukraine regional centers residents (Odesa, Mykolaiv, Kherson) based on the results of a questionnaire survey conducted by sociologists South Ukraine in 2018.

It was recorded that respondents' self-esteem of their economic status and families' financial possibilities testify to their economic disadvantages, in particular the impossibility of a significant number of Ukrainian families to adequately meet their own needs, which exceed the current most necessary expenses; it was also established that respondents do not see the prospects for improving the economic situation in the country in the near future and therefore rather restrained assess the prospects for improving their own economic well-being without having confidence in the future.

The survey also showed the prevalence of emigration attitudes of the inhabitants in these regional centers, where more than half of the respondents admitted thinking about the option of moving to a permanent place of residence in European and / or Anglo-Saxon countries associated with the mass consciousness of modern Ukrainians with wealth, high life standards, stability and livelihoods perspectives.

Key words: South Ukraine, self-concepts, economic distress, economic situation, poverty, emigration moods, emigration intentions, emigration orientations.

УДК336.14

Ф. С. ХРУСТАЛЬОВ, А. АШУРБЕКОВ

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

У статті зазначено, що децентралізація є важливим напрямом реформування системи управління в державі. Децентралізація має не лише значні економічні та організаційні вигоди, а й соціальні. Люди отримують можливість скористатися розвитком території в економічній сфері, у сфері культури та спорту, ЖКГ, громадській безпеці, освіті, охороні здоров'я, соціальній допомозі тощо. До позитивних соціальних наслідків децентралізації належить підвищення рівня взаємодії соціальних акторів, що беруть участь у соціальному управлінні регіоном; поліпшення роботи з кадрами; покращення кооперації та зміцнення консолідації членів громад; детінізація бізнесу та зміцнення його соціальної відповідальності; покращення взаємодії між владою та громадянами. Варто нейтралізувати негативні міфи щодо наслідків децентралізації.

Ключові слова: децентралізація, соціальні наслідки децентралізації, взаємодія влади та громади, соціально-політичні наслідки децентралізації, Запорізький регіон, сприйняття децентралізації громадою.

Децентралізація є одним з опорних стовпів для реформування системи управління в державі. Складно заперечувати необхідність цього процесу, оскільки, відповідно до статистичних даних, з моменту набуття Україною статусу незалежної держави кількість сільського населення скоротилася на 2,5 млн осіб. Спостерігалось зменшення населених пунктів на 348 одиниць, водночас кількість сільських рад збільшилася на 1067 одиниць. В Україні створено близько 12 тис. територіальних громад, майже в половині з них чисельність населення становить менше ніж 3 тис. осіб, з них у 4809 громадах – менше ніж 1 тис. осіб, а у 1129 громадах – менше ніж 500 осіб. Такі громади в більшості випадків не мають виконавчих органів у сільських радах, бюджетних установ чи комунальних підприємств, тобто органи місцевого самоврядування практично не мають змоги реалізовувати надані законом повноваження. Також варто зазначити високий рівень дотаційності 5419 бюджетів місцевого самоврядування – понад 70%, 483 територіальні громади на 90% утримуються за рахунок коштів державного бюджету. Здійснення постійної фінансової підтримки через районні бюджети нечисленних територіальних громад з використанням системи дотацій вирівнювання є обтяжливим для державного бюджету та стримує розвиток малих міст і великих селищ.

Для формування потужного ресурсного потенціалу та дієздатної адміністративно-територіальної одиниці ці громади укрупнюються з урахуванням критеріїв чисельності населення, площі, бюджетних показників та інших характеристик. У результаті об'єднані громади отримують повноваження на рівні міст обласного значення, таким чином формується абсолютна рівність між органами місцевого самоврядування різних рівнів.

Мета реформи – формування механізмів місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення й підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян у всіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальної громади. Актуальність цього процесу формує запит на всебічне розуміння його просування. Для цього створено багато документів, які б пояснювали та регламентували децентралізацію [1]. Однак постає необхідність у системному аналізі сучасного стану просування реформи, що дасть змогу побачити цілісне бачення запущеного процесу. Оскільки будь-які зміни супроводжуються загрозами та можливостями, доцільно виокремити їх вчасно для того, щоб обійти можливі труднощі.

Мета статті полягає у визначенні соціальних наслідків децентралізації.

Проблему децентралізації державної влади й органів місцевого самоврядування в Україні розглядали такі вчені, як: В. Авер'янов, Г. Атаманчук, Л. Белейта, І. Бутко, В. Ковальова, К. Линьов, А. Ткачук, В. Цветков та ін. Низка соціологічних організацій здійснила дослідження процесів децентралізації. Їх звіти регулярно друкують у засобах масової інформації та Інтернеті [2; 3].

Економічні, правові, управлінські, політичні аспекти децентралізації вивчають в Україні Г. Атаманчук, В. Авер'янов, Т. Бабан, В. Бакуменко, В. Гройсман, Т. Забейворота, Г. Коваленко, Л. Мельничук, М. Пухтинський, С. Романюк, Ю. Сурмін, В. Толкованов та ін. Серед авторів, які обговорюють проблеми децентралізації, переважають фахівці з державного управління. На соціальні аспекти децентралізації звертають увагу А. Ашурбєков, Ф. Хрустальов [1]. Регулярно здійснюють опитування громадської думки стосовно децентралізації Київський міжнародний інститут соціології та Центр «Соціальні індикатори» [2; 3].

Реформа децентралізації є комплексною, всеосяжною та однією з головних з погляду управління державою та регіонального розвитку. У результаті управлінці потрапляють у такі ситуації, в яких не знають, як діяти, що може призвести до негативних наслідків як у незначних речах, так і під час прийняття ключових управлінських рішень. Основною причиною невдалої управлінської діяльності є помилкове мислення, пов'язане з хибними рішеннями, які не відповідають сучасним викликам. Управлінці часто покладаються на стиснуті моделі, які фіксують лише частину процесу. У Запорізькому регіоні нами проаналізовано економічні, політичні та соціальні аспекти децентралізації в їх комплексі.

Соціальним аспектом децентралізації є підвищення рівня взаємодії соціальних акторів, що беруть участь у соціальному управлінні регіоном.

За допомогою чіткої структурованості можна підвищити рівень співробітництва між різними органами влади, що, у свою чергу, дасть можливість досягати поставлених цілей якісніше та впевненіше. Співробітництво між різними гілками влади – це не лише контроль та чітка регламентація, а й допомога та взаємопідтримка.

З огляду на структурний підхід, можна говорити, що зміни, які відбуваються завдяки децентралізації, є більш раціональними й зручними, насамперед, для мешканців населених пунктів. Громада має більше повноважень та можливостей для впровадження нових ідей, проектів. Це суттєво підвищує можливість кожного громадянина брати участь у житті своєї території.

Важливим соціальним аспектом децентралізації є проблема кадрів. Кадровий фактор акцентує увагу на ролі людей в організації, на сприйнятті людей реформи як такої, розумінні людьми їх сильних сторін, фобій, емоцій, бажань та страхів.

Соціальним аспектом децентралізації є її спрямованість на задоволення потреби людей. Реформа спрямована, передусім, на людину. Влада розробляє та реалізує проекти, кінцевим споживачем якого є люди. Принцип укрупнення громад потрібен для того, щоб була можливість більш ефективно вирішувати галузеві завдання. Усі реформаторські активності розробляють та впроваджують для покращення якості життя людей, підвищення рівня надання послуг сільським жителям, покращення рівня освіченості в сільських територіях тощо. Тож люди отримують можливість скористатися розвитком території в економічній сфері, у сфері культури та спорту, ЖКГ, громадській безпеці, освіті, охороні здоров'я, соціальній допомозі тощо.

Однак, для отримання максимально ефективного результату необхідне впровадження дій з обох сторін. Таким чином, людина має давати також щось навзаєм: компетенції, освіченість, силу, енергію, потенціал, ідеї, знання, вміння, навички, культуру, таланти. Раніше таких можливостей не було, адже люди не були зацікавлені працювати в сільських радах через занепад села, непрестижність, безперспективність та малу оплачуваність роботи, а найголовніше – через те, що в цих рад не було необхідних повноважень, адже ця влада була більш уявною, ніж реальною. Але на сьогодні реформа децентралізації надає змогу отримати всю повноту влади на місцях.

Соціальними аспектами децентралізації є якість надання освітніх та медичних послуг. Статистичні показники свідчать про низьку якість надання освітніх і медичних послуг у Запорізькій області. Статистика фіксує постійне скорочення кількості населення регіону через високий рівень смертності та низький рівень народжуваності. Також складовою скорочення населення є інтенсивність міграційних процесів: частина населення виїжджає за межі області в пошуках можливостей для реалізації власного по-

тенціалу. Виходячи із цього, можна говорити не тільки про скорочення кількості жителів області, а й про зниження загального рівня освіченості. Децентралізація відкриває нові можливості для розвитку, які дадуть змогу зацікавити кваліфіковані кадри в роботі на місцях.

Децентралізація відкриває нові можливості для людей завдяки таким змінам.

- збільшення впливу на процес прийняття рішень та розвиток територій;
- доступ до ресурсів громади;
- можливості самореалізації в управлінській і політичній сферах;
- створення сприятливих умов для участі в громадському житті;
- сприятливе середовище для розвитку та реалізації професійного потенціалу.

Децентралізація створює сприятливі умови для залучення до роботи кожного активного, ініціативного, ідейного громадянина. Наразі з'являється можливість реалізації проектних ідей завдяки залученню інвестицій, грантів, субвенцій, інших джерел фінансування. Але для цього необхідно мати певні компетенції, за допомогою яких ця робота й буде реалізована. Успіх реформи залежить від максимальної участі в її впровадженні всіх сторін та від розуміння істинних цілей, які закладені в цей процес.

Потрібно враховувати політичний підтекст децентралізації, який впливає на соціальну політику регіону.

Будь-яке суспільство складається з груп, що відрізняються одна від одної сферою інтересів та метою діяльності. Аналізуючи проведення децентралізації в Запорізькому регіоні з погляду основних груп впливу, серед них варто виділити такі, як: політичні партії, громадські організації, ЗМІ, виконавчі органи влади та органи місцевого самоврядування. Кожна із зазначених груп має власне бачення розвитку певної території та, виходячи із цього, своєї діяльності. Розвиток регіону багато в чому залежить від взаємодії цих суб'єктів. Фактично, їх діяльність зводиться до боротьби за різні ресурси, наявні в громади, адже одним із наслідків децентралізації є перетворення громади на потужний ресурс, який є цікавим та значимим для політичних гравців. Політичний підтекст реформи зумовлений тим, що децентралізація є однією з найбільш масштабних та обговорюваних реформ у країні, на стику інтересів різних політичних і фінансово-промислових груп. Вираження певної позиції щодо реформи дає можливість відкриття ще одного поля для діяльності політичних сил.

Є різні варіації ставлення політиків до реформи:

- повна підтримка децентралізації;
- сприяння цьому процесу;
- ситуативна підтримка залежно від конкретних умов;
- заперечення децентралізації;
- саботування реформи.

Для Запорізької області знаковою є консолідація політичних сил навколо підтримки децентралізації, незважаючи на різні вектори діяльності кожної групи впливу. Таким чином, створюється сприятливе середовище для подальшого впровадження реформи.

Крім політичних партій на місцях важелями впливу володіють представники аграрного бізнесу, які мають авторитет серед місцевих жителів і посідають значуще місце в розвитку окремої території. Ставлення впливових представників аграрного сектору може докорінно вплинути на процес децентралізації.

Соціальними аспектами вигоди від децентралізації є покращення операції та зміцнення консолідація членів громад.

У процесі перерозподілу ресурсів позитивним аспектом децентралізації є кооперація всіх наявних суб'єктів для створення суспільного блага, таких умов, у яких навіть різні інтереси певних груп впливу не будуть протистояти загальному інтересу. Вигоди від зростання загального блага отримує кожна сторона, тож доцільніше працювати на його зростання, шляхом залучення інвестицій. У такому разі ніяка політична заангажованість не вплине на процес розвитку громади, адже ці вигоди очевидні для кожного її учасника. Упровадження децентралізації дає можливість задовольнити інтереси всіх сторін: представників органів державної влади, місцевого самоврядування, бізнесу та самих жителів громади.

У разі конструктивного підходу до реформи кожна зі сторін може задовольнити свої інтереси, примножуючи суспільне благо. Орієнтація на загальний результат дає набагато більші плоди для кожного її учасника. Кооперація різних політичних сил та груп впливу (у тому числі бізнесу) відбувається в тому разі, коли вигоди від неї настільки очевидні, що вигоди жодної групи впливу окремо не можуть бути їм протиставлені.

Соціально-економічною вигодою децентралізації є детінізація бізнесу та її моральні наслідки, які полягають у зміцненні соціальної відповідальності бізнесу. Громада стає зацікавленою, аби вивести бізнес з тіні, оскільки податки йдуть до місцевого бюджету. Ще одним ключовим моментом є те, що й самі підприємці по-іншому починають ставитися до податків, виникає певна відповідальність. З проведенням децентралізації відповідальність постає в новому значенні: голова громади несе відповідальність перед її жителями за свою діяльність, тепер не можна сказати, що громаду обділило Міністерство чи обласна влада, всі повноваження на місцях; при цьому люди несуть відповідальність за своє життя, адже вони вибирають голову громади й вектори розвитку ОТГ.

Соціально-політичною вигодою децентралізації є політична присутність на місцях. На цей момент прогресивні політичні сили мають звернути увагу на свою присутність у маленьких громадах, адже децентралізація може дати ширше поле для політичних маневрів, у такому разі значення присутності на місцях набагато зростає, адже громада вже не є тією мале-

ньою одиницею, якою була сільська рада, де був дефіцит депутатів та голів, оскільки без повноважень було важко щось змінити. Громада є самодостатньою в усіх планах, і таким чином виступає потужним ресурсом, який повинен викликати інтерес для груп впливу.

Децентралізація передбачає відкритість усіх процесів, що відбуваються, закріплює можливість суспільного діалогу, прозорості дій влади. Реформа закріплює взаємодію між владою та громадянами в такому вигляді, в якому вона першочергово була задумана: демократичні інститути з площини декларованих переходять у реально діючі. Тепер процедури, що мали формальний характер, на кшталт публічних обговорень, слухань, зборів, починають бути важливим інструментом, який не залишається без уваги.

Громада стає синонімом ресурсу, і в найближчому майбутньому на нас чекає активна боротьба за ці ресурси. Чим потужніший ресурс, тим більше в нього можливостей, тим він краще та швидше розвивається. Із цього випливає, що маленькі громади будуть тягнутися до більш потужних, адже не зможуть самі функціонувати. У такому разі не буде цікавих для політичних сил громад – всі являють собою потужний ресурс. Отже, ще одним результатом формування громад, відповідно до описаної методики та законодавства, є збільшення її ролі як ресурсу, що становить інтерес.

Для збільшення свого ресурсного потенціалу громада повинна вирішувати стратегічні питання, адже чим більше послуг надається, тим більше можливостей для наповнення бюджету, адже податки платить той, хто працює. Громади також починають конкурувати між собою, подібна конкуренція стає мотивацією для подальшого розвитку, адже чим швидше розвиваєшся, тим більше можливостей виникає. Ті громади, які стали першими ув процесі децентралізації, вже показують високу результативність. З появою ОТГ збільшується роль інших форм наповнення бюджету громади: субвенції, гранти, інвестори.

У процесі децентралізації важливим аспектом є не тільки сама діяльність, пов'язана із цим процесом, а й те, як ця діяльність віддзеркалюється у свідомості населення, який сенс вона несе та які образи створює. Однакові події можуть по-різному сприймати кожна окрема людина. При цьому стереотипи та міфи значно впливають на це сприйняття, яке формує певне ставлення, що стає основою для подальшої діяльності індивіда. Виходячи із цього, стратегічно важливо виокремити та нівелювати негативні символи, побудувати на їх основі нові, позитивно забарвлені.

У символічному полі децентралізація, перш за все, означає відмову від патерналістської системи мислення та перехід до капіталістичної/конкурентної системи. Також варто зробити акцент: якщо раніше можна було спостерігати лише імітацію демократичних важелів, то в процесі децентралізації вони починають функціонувати реально, оскільки все більше людей

включається в цей процес. Кожен член громади має брати максимальну участь для свого ж блага, інакше він відчує на собі цю бездіяльність.

Повертаючись до символічної сторони процесу децентралізації, необхідно звернутися до тих міфів і стереотипів, які супроводжують реформу. Одним з таких є міф про «маленьку людину». Суть його полягає в переконанні, що одна людина ніяк не може вплинути на процес змін, а основні рішення залежать тільки від авторитетних людей чи великої маси населення, тобто одна думка нічого не значить. Відповіддю на цей міф слугує той факт, що для прийняття рішення в громаді, наприклад, під час виборів голови громади необхідна певна кількість голосів, доводить важливість кожного голосу та його значущість. Кожна окрема людина виступає агентом змін, від голосу однієї людини залежать вектори розвитку та поточний стан громади. Наступний міф: «староста – не має реальної влади», він спростовується конкретними прикладами роботи старост у вирішенні проблем життєдіяльності території та законодавчими змінами, що суттєво розшири повноваження цієї ланки влади.

Ще одним з поширених є міф про «старшого брата» в особі голови районної адміністрації, який приймає всі рішення за членів громади. Розглядаючи його, зауважимо, що завдяки децентралізації розрив між владою та жителями громади мінімізується, адже голова громади позиціонується як ставленик саме її жителів, тобто доступним для них. Також забезпечується відкритість інформації та можливість з будь-якого приводу звернутися до голови громади. Поширеною є думка щодо елітарності влади, закритості владних кіл, дисфункції соціального ліфту. Виходячи із системи проведення виборів голови громади, цей міф не має підґрунтя. Необхідно згадати й про міф, умовно кажучи, «школи закривають», який полягає у хвилюванні місцевих жителів щодо подальшої долі об'єктів інфраструктури. Для подолання цього міфу можливе проведення роз'яснювальної роботи щодо позитивного впливу оптимізації освітньої мережі, яка зможе надавати більш якісні послуги.

Висновки. Децентралізація є важливим напрямом реформування системи управління в державі. Окремі відносно невеликі громади укрупнюються, у результаті чого об'єднані громади отримують повноваження на рівні міст обласного значення.

Децентралізація має не тільки значні економічні та організаційні вигоди, а й соціальні. До соціальних аспектів децентралізації належать такі явища та наслідки:

- підвищення рівня взаємодії соціальних акторів, що беруть участь у соціальному управлінні регіоном;
- поліпшення роботи з кадрами. Кадровий фактор акцентує увагу на ролі людей в організації, на адекватному сприйнятті реформи;

- спрямованість децентралізації на задоволення соціальних потреб людей. Влада розробляє та реалізує проекти, кінцевим споживачем яких є люди;
- підвищення якості надання освітніх та медичних послуг;
- покращення кооперації та зміцнення консолідації членів громад;
- детінізація бізнесу та її моральні наслідки, які полягають у зміцненні соціальної відповідальності бізнесу;
- соціально-політичною вигодою децентралізації є політична присутність на місцях. Реформа закріплює взаємодію між владою та громадянами.

Таким чином, люди отримують можливість скористатися розвитком території в: економічній сфері, у сфері культури та спорту, ЖКГ, громадській безпеці, освіті, охороні здоров'я, соціальній допомозі тощо.

Потрібно нейтралізувати негативні міфи щодо наслідків децентралізації, які полягають в очікуванні погіршення умов для надання соціальних послуг та соціальної сфери життєдіяльності членів громади.

Список використаної літератури

1. Хрустальов Ф. С., Ашурбеков А. Соціологічний супровід процесів децентралізації. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. Запоріжжя, 2018. Вип. 78. С. 131–138.
2. Звіт: Третє щорічне соціологічне дослідження «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування». URL: <http://www.slg-coe.org.ua/p13513/> (дата звернення: 17.01.2019).
3. Підтримку децентралізації підтвердила соціологія. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/pidtrimku-decentralizaciyi-pidtvirdila-sociologiya-gennadij-zubko> (дата звернення: 17.01.2019).

Стаття надійшла до редакції 06.02.2019.

Хрустальов Ф. С., Ашурбеков А. Социальные аспекты децентрализации

В статье утверждается, что децентрализация является важным направлением реформирования системы управления в государстве. Децентрализация имеет не только значительные экономические и организационные выгоды, но и социальные. Люди получают возможность воспользоваться развитием территории в экономической сфере, в сфере культуры и спорта, ЖКХ, общественной безопасности, образовании, здравоохранении, социальной помощи и др. К положительным социальным последствиям децентрализации относятся повышение уровня взаимодействия социальных акторов, участвующих в социальном управлении регионом; улучшение работы с кадрами; улучшение кооперации и укрепления консолидации членов общин; детенизация бизнеса и укрепление его социальной ответственности; улучшение взаимодействия между властью и гражданами. Следует нейтрализовать негативные мифы о последствиях децентрализации.

Ключевые слова: децентрализация, социальные последствия децентрализации, взаимодействие власти и общества, социально-политические последствия децентрализации, Запорожский регион, восприятие децентрализации общиной.

Khrustaliyov F., Ashurbekov A. Social Aspects of Decentralization

The article argues that decentralization is an important direction in reforming the governance system in the state. The necessity of this process is due to the fact that the number

of rural population in the last twenty five years has significantly decreased, the number of settlements has decreased, and at the same time, the number of village councils has increased significantly. Small communities do not have executive bodies in village councils, budget institutions or utility companies, that is, local self-government bodies practically do not have the capacity to exercise statutory powers. In order to form a powerful resource potential and a capable administrative-territorial unit, communities are consolidated taking into account the criteria of population size, area, budget indicators and other characteristics. So, local self-government reform is needed through decentralization and community consolidation. The purpose of the reform is the formation of mechanisms of local self-government and territorial organization of power for creating and maintaining a healthy living environment for citizens, providing high-quality and affordable public services, establishing institutions of direct democracy, meeting the interests of citizens in all spheres of life in the respective territory, harmonizing the interests of the state and territorial communities.

Decentralization has not only significant economic and organizational benefits, but also social. People get the opportunity to take advantage of the development of the territory in the economic sphere, in the sphere of culture and sport, housing and communal services, public safety, education, health care, social assistance, etc. The positive social consequences of decentralization include increasing the level of interaction between social actors participating in social management of the region; improvement of work with personnel; improving co-operation and strengthening the consolidation of community members; shadowing of business and strengthening of its social responsibility; Improved interaction between government and citizens. It is necessary to neutralize negative myths about the consequences of decentralization.

Key words: *decentralization, social implications of decentralization. Interaction of power and community, socio-political consequences of decentralization, Zaporizhzhya region, perception of decentralization by the community.*

УДК 316.42(043)

І. А. ЧУДОВСЬКА

СЕЛФІ: САМОРЕКЛАМА ЧИ ЩОСЬ БІЛЬШЕ?

У статті йдеться про глибинні біопсихосоціочинники, що зумовлюють появу самореклами. Селфі розглянуто як соціальну технологію, у якій використовуються саме технологічні досягнення, які надають змогу презентувати власну «Самість». Розкрито ризики та переваги селфі як комунікативної практики самопрезентації, що дозволяє поглянути на цю комунікативну практику як на відповідь щодо можливостей формування «Я-образу» в сучасному соціальному просторі.

Ключові слова: «Замість», селфі, «Я-образ», самореклама, соціальні технології, комунікативні практики.

Селфі – це про тут і зараз, це про буденність. Масштабність і глобальність цього процесу набула таких обертів, що не тільки приватна сфера, а й публічна стали включеними в історію самопрезентації, особистої реклами. Вже й політики, відчуваючи потенціал селфі, активно використовують його у своєму арсеналі. Селфі стає цікавим інструментом представлення як буденного, так і публічного життя людини, її світу.

Основний фокус цього явища, звичайно, спрямований на повсякденне життя людей, де люди, з погляду феноменологів, надають реальності певного смислу через співвіднесення її з певними узагальненими категоріями, і тоді останні стають феноменами. Зважаючи на це, саморекламу, яка представлена у формі селфі, можна вважати соціальним феноменом, який сконструйований людьми й, інституалізуючись, також стає джерелом формування соціальних феноменів – сконструйованих смислів і значень. Ми можемо констатувати, що селфі набує масштабності, але одночасно залишається малодосліджуваним і потребує як описавого, так і пояснювального уточнення щодо своєї природи та функціонування.

Оскільки ми маємо справу з фотографією, причому досить з конкретною конотацією, де смислові речі сконцентровані навколо «Я-фігури», дослідницьке поле надає нам змогу поглянути на селфі крізь призму візуальної соціології, де вже існує ціла низка цікавих матеріалів, зокрема В. Ільїна, Дж. Роуз, П. Штомпки та ін. Варто згадати й класичні праці Р. Барта та М. Фуко, Ж. Бодрійяра, Ж. Дерріда, С. Зонтаг, Ч. Кулі, Ж. Лакана, Дж. Міда, Ч. Пірса, П. Штомпки, А. Шютца. Якщо йдеться безпосередньо про селфі, то маємо небагато публікацій, це статті Д. Бака, С. Грібановського, К. Мартинова, А. Петренко-Лисак, Д. Погонцева та ін., які в той чи інший спосіб розглядають цю проблематику. Тому, звичайно, виникає потреба у формуванні комплексного уявлення щодо селфі крізь призму зв'язку з реальністю цього типу фотографії чи розгортання її в межах симулятивних образів, що власне й становить *мету статті*.

Якщо ми поглянемо на навколишній світ, то в поведінці багатьох живих організмів (що нас оточують) без особливої напруги зможемо помітити дві протилежні тенденції: привертання та відвертання від себе уваги (набуття ознак зовнішнього середовища). Фактично, «рекламування» та «асиміляція» – необхідні функції пристосування до виживання. Так, деякі рослини, щоб привернути увагу комах, «прикрашають» себе яскравими квітами, запахами тощо. Така сама тенденція має місце як у тварин, так і в людей. У світі природи описана поведінка не є поодиноким. Привертання уваги до своєї особини в певні періоди життєвих циклів, наприклад, у період, пов'язаний з репродукцією, – це найзвичайнісінька поведінка. Особини чоловічої чи жіночої статі прагнуть бути поміченими й виокремленими з гурту собі подібних. Така поведінка є характерною і для людських індивідів. Хоча, на відміну від тварин, подібна презентація більш диференційована, ускладнена та пов'язана не лише з несвідомими процесами, а й становить цілком усвідомлені раціональні дії. Це вже не просто біологічні інстинкти виживання, а «інстинкти», сформовані самою культурою. Йдеться про штучні форми, пов'язані не лише з процесами розмноження, що мають місце в живій природі, а й з іншими складними та не менш цікавими формами поведінки. «Так, у вищих тварин наявні аналоги трудових відносин, ігрової й навчальної діяльності, групового вирішення завдань, групового забезпечення безпеки та самопрезентації, котру можна розглядати як аналог сучасної самореклами. Відмінність полягає, перш за все, у тому, що тварини діють відповідно до біологічних інстинктів, порівняно з людиною ведуть себе достатньо одноманітно. Люди, маючи свідомість і волю, володіють можливістю вибирати. Вони вибирають цілі, способи й засоби їх досягнення залежно від своїх індивідуальних і групових потреб, мотивів та планів, від ситуацій, тому їх поведінка дуже різноманітна, що є однією з необхідних умов формування культури» [7, с. 67].

Наявність поштовху для виокремлення себе з групи подібних, що має місце в живій природі, можна вважати передумовою для самореклами. Та людська рефлексивність, варіативність, що знайшла прояв у відкриттях, винаходах та продуктах діяльності, дозволила набути саморекламі більш строкатих і розмаїтих проявів, хоча сутнісною своєю спрямованістю самореклама не змінилася. Вона так і залишається персоніфікованою, де чітко простежується те, як людина прагне в той чи той спосіб заявити про себе або ідентифікувати свою належність до певної групи. У сучасному мовно-дискурсі це закріпилося у вислові «робити собі ПР». Російський психолог О. Лебедев-Любімов зазначає: «Самореклама в наші дні відрізняється від самореклами минулого лише предметно, за змістом, а за формою вона так і залишається тим самим явищем, що й сотні тисяч років тому» [7, с. 12].

Самореклама як різновид реклами має кілька особливостей, які варто зазначити. По-перше, вона є завжди персоніфікованою. «Само» зростає-

ся із самістю індивіда. Самореклама спрямована на те, щоб надати цій самості виразності – самості як баченню себе самим індивідом, як баченню, яке індивід конструює для інших. Ідеться про саморекламу як про частину іміджу, який у різний спосіб і в різних соціальних практиках індивід формує й пропонує іншим. Самореклама виступає тією інформацією, яку індивід прагне донести до інших. По-друге, інформація рафінується самою особою, що її презентує. Індивід здійснює вибір того, що може бути представлено іншим, він не є відчуженим від того, про що прагне сказати. По-третє, природа самореклами пов'язана не лише із соціальною природою людини, а й з біологічними та психічними передумовами. По-четверте, саме саморекламу можна розглядати як передумову для всіх інших форм реклами, а усне повідомлення – це одна з гілок рекламного повідомлення, що базується на володінні та використанні голосу й інформації. По-п'яте, самореклама пов'язана з маніпуляцією людською тілесністю. Саме тіло стає матеріалом для самовираження. Реклама, яка допомагає тілу привертати увагу, реклама, яка дає змогу тілу задовольнити власні потреби, реклама, яка експлуатує тіло для того, щоб бути поміченою. По-шосте, самореклама може виступати інструментом для здійснення процесу ідентифікації з певною групою. По-сьоме, самореклама дозволяє відмежовувати рекламу для себе у своїх власних інтересах і за своїми власними цілями, приватизує й певним чином формує приватний простір індивіда, простір його власної свободи та направленості на інших. Це та реклама, яке не опосередкована для індивіда іншими; вона цілком є продовженням їх індивідуальності.

Розглядаючи саморекламу як одну з початкових форм реклами й таку, що має певні біологічні передумови свого існування, хочеться підкреслити, що самореклама в людській спільноті має низку властивостей, які відрізняють її від тваринного світу.

Якщо заглибимося в усні, комунікативні практики, наприклад, казки, то вже в казці «Білосніжка» ми можемо побачити прагнення однієї з героїнь схопити свій образ в дзеркалі, де вона звертається з відкритим запитанням: чи є вона найвродливішою чи наймилішою? Це звернення, у випадку віртуального світу, стає тендеційно-нав'язливим і в певному сенсі потребує вже не одного й не виняткового, а практично регулярного підтвердження. Адже достатньо зайти в мережу Інстаграм, щоб це побачити. Мова візуальних образів починає домінувати. Те, про що зазначав П. Штомпка, характеризуючи нашу епоху як таку, у якій активізується саме візуальна культура. Джеймс Уотлі зауважує: «Життя, яке проживають не тільки тут, але і десь ще – там, де фізичне і чуттєве хвилює менше, ніж можливість зупинитися і зафіксувати будь-який момент існування, а потім поділитися зафіксованим» [13].

Нагадування про себе у випадку селфі? Що це? Це – тільки для інших, чи це – власне, спроба актора відчутти себе, спроба споглядання зі сторони. Певним чином формування й конструювання своєї віртуальної

власної «Самості» і одночасно її представлення. «Самість» як щось, що спонукає до певних дій. «Замість» у тому, як її розуміли представники символічного інтеракціонізму, це спонукання, «прохання», «звернення» до «Іншого», спроба зрозуміти себе через «Іншого», «спіймати власні обриси». Зрозуміти «Самість», «Іншого» стає можливим лише в перспективі мислиневих практик, які у випадку селфі «запускаються через візуальний образ».

«Істинне розуміння іншого незалежно від того, чи є воно розумінням безпосередньої дії або знака (знакової дії), є, згідно з А. Шюцем, розумінням суб'єктивних значень іншого, тобто виявляє контекст значень, до яких відносить сам діяльний індивід свої дії (або знак), а також виявлення мотиву дії (або здійснення знака). Під знаком може розумітися слово, дорожній знак, твір мистецтва» [4, с. 128]. При цьому постать «Іншого» є досить суттєвою при розгляді проблеми інтерсуб'єктивності, бо мова стосується самої природи соціального й суті людської комунікації. Щоб зрозуміти іншого, «Я» повинен, згідно з А. Шюцем, експліціювати переживання іншого індивіда так само, як це робить він сам. Інакше кажучи, щоб зрозуміти «Іншого», «Я» повинен: по-перше, пережити потік свідомості іншої людини в її безпосередності; по-друге, в інтенціональному акті ізолювати визначений елемент цього потоку; по-третє, дати інтерпретацію виокремленого переживання в контексті значень, які властиві цьому індивіду [4, с. 129]. А. Шюц зазначав, що, хоча кожен індивід по-своєму інтерпретує світ, сприймаючи його дещо своєрідним чином, знання здорового глузду дають змогу зрозуміти, принаймні почасти, дії інших.

Відповідно, актор, саморекламуючи себе, має ряд очікувань від «Іншого» щодо розуміння себе, і ці очікування, якщо слідувати думкам А. Шюца, не є безпідставні. У цьому випадку селфі як фотографія робить «склепок» візуального образу, дозволяючи придивитися до нього.

Особливість фотообразу, представленого через селфі, це можливість здійснити його конструювання. У випадку селфі ми маємо можливість спостерігати, як візуальний образ технічно змінився. Малярський автопортрет технологічно поступився фотопортрету, з тими ж характеристиками фотографії, про які свого часу зазначав Р. Барт: «Фотографія не носій ілюзій, а гарант гострого сприйняття життя» [1, с. 223].

Фотографія постає переважно через візуальний образ, а браз – це, відповідно, «набір символів, кожен з яких має особливе значення. У деяких образах існує багато рівнів значень і взаємодій між ними» [2, с. 69]. Автори, що представляють когнітивний напрям, розглядають образи як ментальні репрезентації реальності, функціонально еквівалентні об'єктам зовнішнього світу. В уявних образах завдяки асоціативним зв'язкам виникає нероздільна на частини єдність окремих об'єктів і явищ, що не завжди відповідають реальності. Головним завданням образів є кодування конкретної інформації для зберігання її в структурі пам'яті, що виступає сполучною

ланкою між внутрішнім світом індивіда й реальним світом. Таким чином, образ є вторинним, похідним від об'єкта та ідеальним щодо нього. Суб'єктивний за формою, образ здатен нести в собі об'єктивний зміст (інформацію), тією чи тією мірою відповідати оригіналу. У певному сенсі образ є аналогом об'єкта, його ідеальним «відбитком», «копією». Лише завдяки подібній адекватності об'єктові образ може бути об'єктивно істинним, а відображення може бути пізнавальним.

Як пише С. Зонтаг, посилаючись на працю Фейєрбаха «Сутності християнства», «наша доба» «віддає перевагу образу над предметом, копії над оригіналом, уявленню над реальністю, видимості над сутністю», водночас цілком усвідомлюючи свої дії. А в ХХ ст. застережливе невдоволення Феєрбаха було трансформоване в загальноновизнаний діагноз: суспільство стає «модерним» тоді, коли один з головних різновидів його діяльності полягає у створенні та споживанні образів, коли образи, які мають незвичайну силу визначати наші вимоги до реальності і є пожаданими сурогатами безпосереднього сприйняття, стають необхідними для здоров'я економіки, стабільності держави й пошуку щастя» [5]. «Розвиток фототехніки призвів до того, що була виконана обіцянка притаманна фотографії від самого початку її існування: демократизувати всі відчуття, перевіривши їх в образи» [5]. «Фотографія стала одним з головних засобів відчування чогось, створення враження безпосередньої участі» [5, с. 18].

Досить цікавим, із цього погляду, є дослідження філософа, психолога, соціолога Е. Фрома. У своїх працях «Людина для себе», «Мати чи бути» він описує особливий тип людини в умовах сучасного суспільства. Людина в умовах всеохопних ринкових відносин сприймає себе як товар, а свою цінність – як здатність бути обміненим на інші блага (гроші, престиж, дружбу). Такий своєрідний тип «ринкова людина» являє собою порожнечу, яка періодично заповнюється тим, що модно й актуально в цей момент часу. Такі моделі успіху задають, насамперед, ЗМК і Мережа. Саме рекламна комунікація насичена образами успішних жінок та чоловіків, які мають володіти певними благами та параметрами для того, щоб бути вигідно проданими на ринку праці. В умовах такого ринкового обміну постійно створюються універсальні шкали оцінювання, «коли упаковка, ярлик, фірмова марка стають важливими як для товарів, так і для людей» [10, с. 226]. Популяризація в суспільстві цих констант здійснюється як рекламою, так і саморекламою, самомаркетингом (оскільки ми можемо навіть залучати й різні бізнес-установи до просування власного образу). Інколи, слово «самореклама», яке частіше вживають у соціологічній та психологічній літературі, замінюють поняттями самомаркетингу та самобрендингу в економічній літературі. Самореклама, самомаркетинг, самобрендинг є комунікативними технологіями, які вирізняються ключовою функціональною спрямованістю. Так, самомаркетинг більшою мірою має на меті розширення впізнавальності товару, послуги, а в нашому випадку впізнавальність

себе; для самобрендингу важливим є сконструювати образ самого себе, а самореклама в певному сенсі має працювати над тим, щоб зробити, насамперед, свою «Самість» помітною – вирізнити її і здійснити це як безоплатно, так і в разі потреби платно. Самомаркетинг у широкому розумінні є технологією підвищення вартості, розширення аудиторії впливу. «Метою застосування самомаркетингу є успішна реалізація цілей та прискорення процесів» [8, с. 41]. «Самопрезентація виступає процесом подання себе щодо соціально та культурно прийнятних способів дії й поведінки» [9, с. 143]. Самобрендинг – це «розкручування себе, посилення свого імені, підвищення ринкової вартості, просування, продюсування й продаж власного імені та образу» [9, с. 145].

Селфі як самореклама – це і є «конструювання себе» з метою «вбудовування» себе в культурний контекст, яке відбувається через розміщення селфі-фотографій у соціальних мережах, що надає змогу донести інформацію про себе до аудиторії в соціальних мережах. Щодо ефективності, то тут усе конкретно, коментарі та «лайки», які й несуть у собі значення соціального схвалення. Селфі поєднує в собі реальне та уявне, адже щось завжди можна відформатувати, «підчистити», «відфотошопити». Таке конструювання розмиває кордони між віртуальним світом і реальним. Самореклама через селфі поєднує в собі гру і взаємообмін модальностей можливого й реального, віртуального та актуального, причому саме їх тло спонукає й формує дії, які в подальшому в різний спосіб діють на поведінку актора. У зв'язку із цим Ж. Дельоз так описує відмінність між віртуальним і можливим: «віртуальне» відрізняється від «можливого» в крайньому випадку двома точками зору. Дійсно, з певної точки зору можливе – це протилежність реального, воно протистоїть реальному; але тут мається на увазі зовсім інше – віртуальне протиставляється актуальному. Нам потрібно всерйоз прийняти таку термінологію; у можливого немає реальності (хоча воно може володіти актуальністю); навпаки, віртуальне не є актуальним, але як таке наділене реальністю. І знов-таки, стан віртуальності тут найкраще визначається формулою Пруста: «реальне не є актуальним, ідеальне не є абстрактним. З іншого боку, або з іншої точки зору, можливе – це те, що “реалізується” (або не реалізується); тепер процес такої реалізації підпорядковується двом сутнісним правилам – правилу подібності й правилу обмеження, тому що реальне, як передбачається, існує в образі можливого, котре воно реалізує (воно просто володіє додатковим до себе існуванням, або реальністю, котра мається на увазі, коли говорять, що з точки зору поняття не має ніякої різниці між можливим і реальним). Але реалізується не будь-яка можливість, реалізація припускає обмеження, згідно з яким одні можливості, як вважають, відкидаються або припиняються, тоді як інші “переходять” у реальність. Віртуальне, навпаки, може бути не реалізоване; і правила актуалізації – зовсім не правила подібності й обмеження, це правила відмінності, правила творчості...» [11, с. 173–175].

Віртуальність і медіальність реклами можна розглядати як атрибутивні характеристики саме сучасної реклами та самореклами. Досить цікавим є погляд на рекламу такого відомого соціолога, як Ж. Бодріяр, який у своїй праці «Система речей» також пише про інтеграційну роль реклами в суспільстві. Реклама конструює зрозумілу всім і універсальну систему кодів та значень, до яких мають змогу долучитися всі, кому це потрібно, інтегруючись, таким чином, у суспільство, так би мовити, долучившись до нього. «Суспільство повністю прилаштовується до вас, тож інтегруйтесь і ви самі в нього» [3, с. 120]. Також соціолог вводить поняття «симулякр» для позначення хибної форми, яка не містить під собою ніякого змісту, а лише слугує для зовнішнього представлення якогось об'єкта для того, щоб зробити його найбільш бажаним. Саме реклама конструює цілу систему симулякрів, які створюють для рекламної аудиторії ілюзію долучення до якісних і привабливих товарів і послуг. Люди, таким чином, стають ніби залученими до певної легенди, яка конструюється рекламодавцями. У випадку самореклами через селфі ми маємо справу зі створенням привабливих симулякрів, які не дозволяють до кінця наблизитися до власної екзистенції й тим самим позбавляють актора, розуміння як власної самості, так і зв'язку із соціумом. Створюється реальне уявлення про нереальний зв'язок, що певним чином позбавляє «заземлення» в соціальний світ, все більше запрошуючи до віртуального.

Висновки. Селфі, що являє собою фотографічний образ, з преференцією на власній «Самості», виступає одночасно своєрідним «провідником» між соціальним і віртуальним світом, демократизує сферу соціальних зв'язків, переформатовує значущість та участь, але одночасно передбачає володіння кодами як тілесними, так і соціокультурними, що дозволяє досягати розуміння й «відчитування» самообразу.

Селфі постійно стимулює тих, хто користується цією комунікативною практикою, до звернення до власної «Самості» та до абстрактного «Іншого», оскільки саме останній провокую до певних конструювань з власного «Я». Технології постійно пропонують можливість до конструювання власного образу, який може бути наближеним, а то й віддаленим від власної «Самості». Селфі – це проміжний образ між об'єктивним, документарним і цілком симулятивним, що позбавляє нас впевненості, з яким же образом ми маємо справу. Це, частково, додає тривожності, а разом з тим стимулює активність та креативність актора у формуванні «бажаних» і «очікуваних» іміджевих образів. Селфі – це не лише історія власних візуальних образів, це власна історія життя через образ. Функціональність селфі розширюється, оскільки надає змогу не лише проінформувати «Іншого» про себе, а й певним чином активізувати себе в повсякденних практиках; це вже щось більше, ніж просто самореклама та задоволення власного «єго» – це спроба вибудовування зв'язків не з локальною, а глобальною спільнотою.

Список використаної літератури

1. Барт Р. Camera lucida / пер. с фр. Михаил Рыклин. Москва: Ad Margiem, 1997. 223 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Москва: Медиум, 1995.
3. Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва, 1995. С. 115–170.
4. Ионин Л. Г. Понимающая социология: историко-критический анализ. Москва: Наука, 1979. 203 с.
5. Зонтаг С. Про фотографію / пер. з англ. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. 189 с.
6. Бергер А. Видеть – значит верить: введение в зрительную коммуникацию / пер. с англ. Д. Н. Ищенко. Москва: Вильямс, 2005. 276 с.
7. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 384 с.
8. Лакосина Н. В. Возрастная динамика показателей отношения к жизни в результате фотовизуализации жизненных событий. *Северокавказский психологический вестник*. 2010. Т. 8. № 1. С. 42–45.
9. Семенова Л. Самомаркетинг и самобрендинг специалиста в сфере коммуникаций как условие повышения конкурентоспособности на рынке труда. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент*. 2014. № 8. С. 145–151.
10. Фромм Э. Человек для себя. Иметь или быть? Москва, 1997. С. 225–390.
11. Делез Ж. Кино / пер. с фр. Б. Скуратова. Москва: Ад Маргинем. 622 с.
12. Selfies Aren't Empowering. They're a Cry for Help [Electronic resource]. *Jezebel*. 2013. URL: <http://jezebel.com/selfiesarent-empowering-theyre-acry-for-help-1468965365> (date of request: 20.12.2018).
13. Sztompka P. Socjologia wizualna: fotografia jako metoda badawcza. Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN, 2005. 149, [3] s.

Стаття надійшла до редакції 16.01.2019.

Чудовская И. А. Селфи: самореклама или что-то больше?

В статье речь идет о глубоких биопсихосоциальных факторах, которые детерминируют появление саморекламы. Селфи рассматривается как социальная технология, в которой используются именно технологические достижения, которые позволяют презентовать собственную «Самость». Раскрываются риски и преимущества селфи как коммуникативной практики самопрезентации, что позволяет посмотреть на данную коммуникативную практику как на ответ, который касается возможностей формирования «Я-образа» в современном социальном пространстве.

Ключевые слова: «Самость», селфи, «Я-образ», самореклама, социальные технологии, коммуникативные практики.

Czudovska I. Selfie: Self Advertisement or Something More?

In the article we are talking about the deep bio-psycho-social factors that determine the appearance of self-promotion. Selfie is considered as a social technology, which uses the technological advances that make it possible to present their own «Self». The risks and advantages of the «Selfie» are revealed as a communicative practice of the presentation itself, which allows us to look at this communicative practice as an answer to possibilities of forming the «I-image» in the modern social space. If we look at the world around us, then we will be able to notice two opposite trends in the behavior of many living organisms (surrounding us): attracting and diverting attention from ourselves (acquiring signs of the environment). That is, the attraction to our attention takes place in nature. In the case of

people, this turned into self-promotion. Because the language made human advertising special. The development of technologies allowed to move to another level. The visual image created with the help of a photo changed the perception design. The emergence of Selfie was another stage of democratization and the globalization of visual images.

Selfie, representing a photographic image, with a preference in own Self, stands at the same time. Selphy becomes an interesting tool for presenting both the everyday and public life of a person, his life world. The main focus of this phenomenon is, of course, directed at the everyday lives of people, where people, from the point of view of phenomenologists, give the reality of a certain meaning through its correlation with certain generalized categories, and then the latter become phenomena. In this regard, self-promotion presented in the form of a sephy can be considered a social phenomenon, which is designed by people and institutionalized, also becomes a source of formation of social phenomena – constructed meanings and meanings.

As a kind of «conductor» between the social and virtual world, democratizes the sphere of social ties, reformatting significance and participation, but simultaneously involves possession of codes as this communicative both physical and sociocultural, that allows understanding and «reading»self-image. Selfie constantly encourages those who use this communicative practice to address themselves to their own «Self» and to the abstract «Other», since it is the latter who provokes certain designs from his own Self. Technologies constantly offer an opportunity to construct their own image, which can be approximate, and even remote from its own «Self».

Selfie is an intermediate image, between objective, documentary and completely simulated, which deprives us of the confidence in how we are dealing. This – in part, adds anxiety, but at the same time stimulates the actor's activity and creativity in the formation of «desired» and «expected» image. This is not only the history of their own visual images, but also the story of life through the image. The function of the selfie is expanding, since it allows not only to inform the «Other» about himself-promotion and the satisfaction of its own «it» – it's an attempt to build links with the local community rather than the global community.

Key words: Self, Selfie, «I-image», self-promotion, social technology communicative practice.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В КОМЕРЦІЙНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНСЬКОГО ТРАНЗИТИВНОГО СУСПІЛЬСТВА: СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВИЙ АНАЛІЗ

У статті розглянуто організаційну культуру як соціальне явище і як складову соціального управління, базовою інтегральною характеристикою якої є упорядкована система цінностей, уявлень, переконань і нормативних зразків поведінки, що забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію організації чи соціального інституту. Виділено структурні компоненти організаційної культури державного сектору суспільства: 1) соціетальні складові (ідентичність, архетипи керівника); 2) ціннісно-нормативні складові (цінності, організаційні цінності й норми); 3) організаційно-управлінські складові організаційної культури (стиль керівництва в організації, структура комунікації, соціально-психологічний клімат). На основі результатів соціологічного опитування виявлено змістові особливості організаційної культури в державному секторі українського суспільства.

Ключові слова: транзитивне суспільство, державний сектор, організаційна культура, соціетальні складові організаційної культури, ціннісно-нормативні складові організаційної культури, організаційно-управлінські складові організаційної культури.

З погляду теорії соціальних змін сучасне українське суспільство перебуває в стані транзитивності – еволюційних змін у всіх його сферах. Процеси суспільної модернізації актуалізують проблему вивчення адаптаційних механізмів такого соціального явища, як організаційна культура, дослідження структурно-змістових змін організаційної культури в різних секторах суспільства: державному, комерційному та громадському. Це вимагає застосування соціолого-управлінського підходу до дослідження організаційної культури як окремих установ, підприємств і організацій, так і різних суспільних секторів загалом.

Організаційна культура як соціальне явище є предметом наукових пошуків багатьох зарубіжних учених у сфері менеджменту, соціології управління, соціології організацій, зокрема, таких як: Е. Атос, Ч. Барнард, М. Луї, Р. Моран, Р. Паскаль, А. Петтигрю, Т. Пітерс, С. Роббінс, Г. Саймон, Ф. Селзник, Р. Уотермен, Ф. Харріс. Особливу увагу привертають праці Е. Шейна, у яких підкреслено роль ціннісно-мотиваційних факторів у процесі формування організаційної культури. Організацію як соціальну спільноту, що виникає й періодично відтворюється як соціокультурна система, інтегральним утворенням якої є цінності, розкрито в працях М. Семікіної, І. Сіменко, О. Харчишиної, О. Шубіна та ін. Серед вітчизняних науковців, які підкреслюють роль організаційної культури у формуванні сучасної моделі соціального управління, варто відзначити В. Городяненка, Д. Задихайло, О. Кибенко, Г. Коржова, В. Кудіна, В. Пол-

торака, В. Подшивалкіну, М. Туленкова, Л. Хижняк та ін. Однак розгляд проблеми організаційної культури має фрагментарний характер, тому виникає необхідність комплексного дослідження її структури, елементів, специфіки вияву в організаціях різних секторів суспільства: державного, комерційного й суспільно-громадського.

Мета статті – виявити структурно-змістові особливості організаційної культури в комерційному секторі сучасного українського транзитивного суспільства.

Соціальна трансформація набула особливого значення для постсоціалістичних держав, оскільки глибинні соціальні зміни в них почалися раптово, без попереднього розрахунку можливих втрат, без підготовленої економічної та політичної еліти, без історичного досвіду подолання комуністичної суспільної спадщини. Але виняткову роль трансформаційний підхід відіграє для пострадянських держав, які практично не мали досвіду демократичного транзиту й легального підприємництва та в яких покоління змінювалися в умовах відсутності приватної власності. Із цього приводу Є. Головаха визначає сучасне українське суспільство як «суспільство стійкої пострадянської трансформації та відкладеного декларованого транзиту», якому притаманні такі характеристики, як: подвійна інституційна система, масова аномічна деморалізація, цінності «спотвореного модерну», неостанові утворення, відсутність «інституційної» довіри, негативні ідентичності [1, с. 29].

В економічному підході особливості транзитивного суспільства розглядають у теорії перехідної економіки, яка теоретично осмислює особливості сучасної економіки постсоціалістичних країн, перехідних від централізованого керованого господарства до ринкового. Так, за словами С. Сонько і М. Скринько, транзитивна економіка пов'язана з процесом лібералізації, що означає скорочення протекціоністської політики держави [6, с. 10]. До особливостей транзитивної економіки належать нестабільність і нестаціонарність здійснення соціально-економічних процесів; високий рівень ризику; виникнення та інституціоналізація неформальних корупційних відносин органів державного управління й суб'єктів економічної діяльності, змін в організаційній культурі комерційних установ, організацій і підприємств.

Саме тому найбільш досліджений феномен організаційної культури в комерційному секторі. Серед вітчизняних науковців, у працях яких розкрито управлінський аспект організаційної культури підприємства, варто відзначити таких, як: В. Городяненко, Д. Задохайло, О. Кибенко, В. Колесник, В. Кудін, Г. Назарова, Ю. Палеха, В. Полторак, О. Харчишина, Л. Хижняк, О. Шубін та ін.

У період трансформації економічних відносин та стрімкого розвитку глобалізації виникає необхідність розробки якісно нових підходів до розуміння ролі ресурсів нематеріального характеру. Ступінь впливу нематеріа-

льних факторів на розвиток підприємств та їх економічну ефективність неухильно зростає. Адже підприємства, успішна діяльність яких визначалася переважно ефективним використанням матеріальних та фінансових ресурсів, поступово витісняються підприємствами нового типу, що усвідомлюють провідну роль ресурсів нематеріальної природи. В умовах динамічного розвитку ринку й жорсткої конкуренції ефективне функціонування підприємств забезпечується завдяки інтелектуальним активам, розвитку яких і сприяє організаційна культура підприємства. Отже, на сьогодні організаційну культуру розглядають як частину інтелектуального капіталу виробничої організації. Так, Т. Стюарт, виділяючи людський, споживчий і організаційний капітал, зараховує організаційну культуру до останнього, розглядаючи її як частину організаційного знання поряд із системами управління, технічним та програмним забезпеченням, патентами, брендами тощо [7, с. 271]. Е. Брукінг також зараховує організаційну культуру до частини інтелектуального капіталу, названої ним інфраструктурним капіталом, оскільки вона формує середовище, у якому працюють і спілкуються працівники компанії [7, с. 271].

Загалом як предмет дослідження організаційної культури комерційних підприємств можна виділити таке: організаційна культура як складова системи менеджменту (інтелектуального капіталу, нематеріального активу); як стратегічний ресурс; як фактор координації, мотивації праці персоналу, соціальної відповідальності бізнесу; як потенційний ресурс для підвищення якості системи управління та конкурентоспроможності підприємства.

Соціологічне вивчення організаційної культури сьогодні має досить великий концептуальний вимір її визначень. Так, відомий дослідник ціннісної динаміки сучасних суспільств Х. Шварц у характеристиці організаційної культури виділяє таке: 1) це комплекс переконань і базових уявлень членів організації; 2) вони впливають на формування норм і цінностей організації; 3) визначають патерни поведінки індивідів в організації [15]. Водночас Г. Хофстед сутністю організаційної культури називає колективне програмування думок, що й відрізняє організацію та її членів від інших [14]. Провідний дослідник організаційної культури Е. Шейн визначає її як систему цінностей і переконань, сукупність принципів та схем вирішення проблем зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції працівників [12]. Т. Пітерс, Р. Уотермен та Е. Сордж зосереджуються на трактуванні організаційної культури як системи цінностей організації, що домінують і які поділяють більшість членів організації, а тому вони сприяють підвищенню ефективності організаційної поведінки взагалі [8, с. 312]. Їх наслідують Д. Елдрідж і А. Кромбі, також зауважуючи, що «під культурою організації варто розуміти унікальну сукупність норм, цінностей, переконань, образів поведінки тощо, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей» [3,

с. 70]. Таким чином, у працях згаданих авторів сутнісною особливістю організаційної культури виступає ціннісно-нормативна система впорядкування соціальної взаємодії індивідів і соціальних груп, що відображає соціокультурну сферу суспільства, в якому існує організація, причому як соціально-економічне утворення, так і соціальна спільнота.

На таких самих позиціях ґрунтуються визначення організаційної культури й українських учених. Так, М. Семикіна розглядає організаційну культуру «як сукупність визначених цінностей, норм і моделей поведінки, що декларуються, поділяються й реалізуються на практиці керівниками підприємств і персоналом, доводячи свою ефективність у процесі адаптації до потреб внутрішнього розвитку підприємства й вимог зовнішнього середовища» [4, с. 197]. І. Сіменко визначає організаційну культуру як сукупність морально-етичних цінностей, переконань, правил, що організують поведінку працівників з метою забезпечення ефективного функціонування підприємства в межах цієї організаційної структури [5]. В управлінському аспекті визначає організаційну культуру О. Шубін, зауважуючи, що організаційна культура – це складний елемент внутрішнього середовища організації, що має певні феноменологічні властивості; інтегрує духовні, матеріальні, статичні й процесуальні елементи з метою формування єдиної філософії управління для забезпечення зовнішньої адаптації та ефективного функціонування комерційної організації [13].

Зокрема, О. Харчишина на основі аналізу наукової літератури щодо суті організаційної культури робить висновок, що всі існуючі визначення цієї категорії можна об'єднати в такі три групи: 1) атрибутивні; 2) феноменологічні; 3) структурні [9, с. 49–50]. Атрибутивні визначення трактують організаційну культуру як набуту в процесі історичного розвитку та міжособистісної взаємодії характеристику організації й наголошують на наявності в її складі імпліцитної та експліцитної складових. Феноменологічні визначення описують організаційну культуру як суть організації й роблять акцент на її ціннісно-нормативному змісті. Структурні визначення зосереджують увагу на складових організаційної культури та їх взаємозв'язку з організаційною ефективністю.

Таким чином, визначення сутнісно-змістових характеристик організаційної культури передбачає виділення її структури, яка містить імпліцитну та експліцитну складові. Найчастіше в складі організаційної культури виділяють три рівні, які в певній послідовності пов'язані між собою. Подібне тлумачення ґрунтується на розробках відомого фахівця в цій галузі Е. Шейна, який запропонував описувати організаційну культуру, виділяючи такі її рівні: 1) базові уявлення (несвідомі, самоочевидні переконання, на яких базуються цінності й поведінка персоналу); 2) проголошені вірування та цінності, які знаходять своє вираження в стратегіях, цілях, філософії, баченні й дають можливість досягнути організаційної ефективності; 3) артефакти, тобто очевидні структури, процеси, ознаки, характеристики

[12]. Рівні культури в розумінні Е. Шейна – це рівнозначні, послідовно взаємопов'язані блоки, перший з яких (базові уявлення) – глибинний рівень – є основою для створення й розвитку наступних рівнів – внутрішнього та поверхневого.

Власний підхід до визначення структури організаційної культури подано в концепції В. Харчишиної [10, с. 296–297], яка виділяє функціонально відокремлені частини (підсистеми), кожна з яких містить як імпліцитні, так і експліцитні елементи: 1) ціннісна: цінності, місія й філософія компанії; 2) символічна: герої, легенди, ритуали, символи; 3) нормативна: норми, процедури, правила, критерії та структури; 4) комунікативно-управлінська: стиль керівництва, система комунікацій, система управління персоналом; 5) ідентифікаційна: фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд. Базовою підсистемою організаційної культури є ціннісна, інші чотири перебувають у тісній залежності від неї.

Для аналізу структурно-змістових особливостей організаційної культури нами було використано саме структурний підхід Е. Шейна, що надало змогу виділити такі складові організаційної культури:

– соціетальні (глибинний рівень за структурою Е. Шейна): 1) національний менталітет як система поглядів, оцінок, норм і умонастроїв, ґрунтованих на наявних у суспільстві знаннях та віруваннях, які визначають ієрархію цінностей, ідеали, схильності, інтереси й інші соціальні установки, що відрізняють цю спільноту від інших; 2) архетип – зафіксований колективним несвідомим культурний стереотип, який впливає на поведінку, визначає тенденцію соціетальних процесів, формуючи певну ціннісно-нормативну й морально-етичну систему суспільства; 3) соціетальна ідентичність як багатовимірна психосоціальна реальність, вирішальну роль у формуванні якої відіграють нематеріальні культурні цінності;

– ціннісно-нормативні (підповерхневий рівень за структурою Е. Шейна): 1) цінності й ціннісні уявлення – спосіб диференціації об'єктів зовнішнього світу за соціальною або індивідуально-особистісною значущістю, соціальні за своїм походженням і сутністю набувають особистісного смислу для індивіда в контексті соціальної взаємодії, визначають суб'єктивне відображення ставлення людини до деяких аспектів соціальної системи; 2) соціальні норми та правила поведінки в організації – засіб орієнтації соціальної поведінки кожної окремої особистості або спільноти в певній ситуації й засіб контролю за їхньою поведінкою з боку суспільства; 3) організаційні цінності – загальні переконання членів організації з приводу цілей, місії, філософії й соціального значення існування організації, виступають мотивують фактором і формуються на загальнолюдських, соціокультурних і особистісних цінностях;

– організаційно-управлінські (поверхневий рівень за структурою Е. Шейна): 1) стиль керівництва й управління організацією як сукупність принципів, норм, методів і прийомів впливу на підлеглих з метою ефекти-

вного здійснення управлінської діяльності та досягнення поставлених цілей; стиль поведінки керівника, який охоплює його суб'єктивно-психологічні характеристики; 2) система комунікацій в організації як основна умова існування й розвитку організації, процес взаємодії членів організації, прийняття та донесення управлінських рішень; 3) соціально-психологічний клімат організації – відносно стійкі емоційно-психологічні стани колективу, що відображають реальну ситуацію організаційної взаємодії й характер міжособистісних відносин.

Емпіричну базу дослідження становлять результати: масового соціологічного опитування 500 респондентів з-поміж працюючого населення Запорізької області, проведеного в 2016 р. До вибірки соціологічного опитування увійшли співробітники комерційних (бізнесових) організацій і підприємств. Вибірка рандомізована за статтю, віком і місцем роботи (державна, комерційна, громадська організація). Характеристика вибірки соціологічного опитування: 1) чоловіки – 44,98%, жінки – 55,02%; 2) за віковою групою: до 30 років – 18,63%, 30–39 років – 31,37%, 40–49 років – 30,75%, 50–65 років – 19,25%; 3) за рівнем освіти: середня освіта – 4,81%, середня спеціальна освіта – 61,49%; незакінчена вища освіта – 6,65%; вища освіта – 27,05%; 4) за професійним статусом: керівники підприємства, установи, організації – 5,28%; співробітники управлінської ланки підприємства, установи, організації – 29,35%; співробітники (робітники) підприємства, установи, організації – 65,37%.

Соціетальні складові організаційної культури. Для виявлення особливостей соціальної й соціетальної ідентичностей респондентам було запропоновано визначити ступінь ототожнення себе з різними соціальними групами та спільнотами, поведінковими стратегіями й психосоціальними установками (рис. 1).

Більшість ідентифікаційних стратегій мають середні показники (відповіді «інколи»), але варто відзначити перевагу соціальної ідентичності, що характеризує модерне суспільство, – родина, вікова група, професія. У комерційному секторі вищий показник ідентифікаційних стратегій і практик, що пов'язані з досягненням успіху, матеріального благополуччя й відповідальністю за власне життя. Це працівники з домінуванням інтернального локус контролю «Я». У теорії соціального навчання Дж. Роттера інтернали виявляють більшу відповідальність, обізнаність у проблемах і ситуаціях, ніж екстернали, не пояснюють поведінки емоційними й ситуативними факторами [11, с. 419–420].

Для аналізу архетипічної структури організаційної культури респондентам було запропоновано обрати три найбільш значущих архетипічних образи ідеального керівника серед десяти особистісних архетипів: новатор, ватажок, борець, захисник, годувальник, оригінал, помічник, бунтар, миротворець.

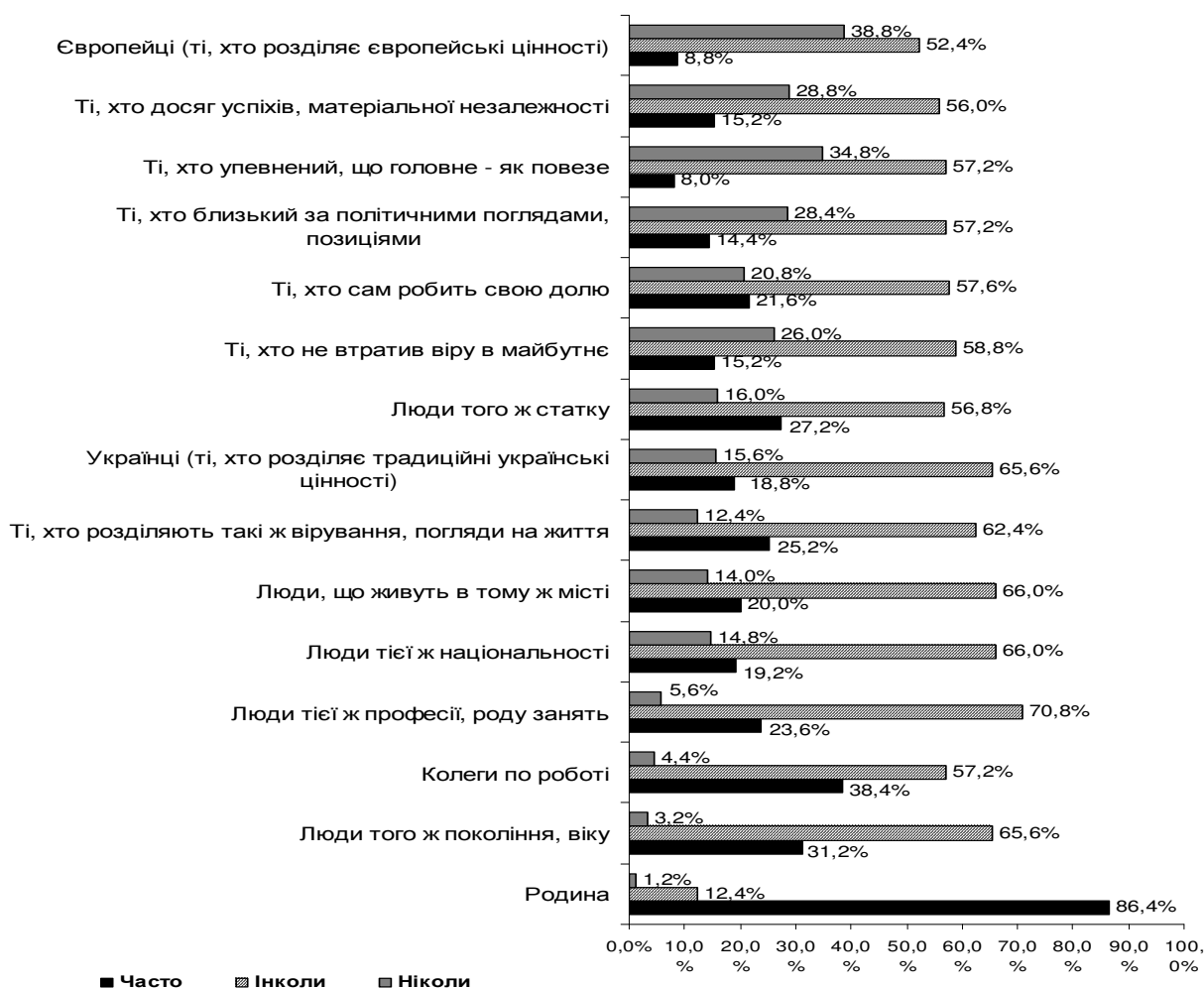


Рис. 1. Структура самоідентифікацій працюючого населення в комерційному секторі

Структура архетипічного образу «ідеального» керівника в свідомості працівників комерційних підприємств представлена такими особистісними архетипами: захисник, ватажок, новатор, творець і помічник. У структурі архетипу керівника комерційної (приватної, бізнес) організації підсилюються функціонали борця й бунтаря, що є чинником формування особистості, здатної йти на ризик (одна з провідних рис підприємця). В умовах транзитивності українського суспільства це позитивний тренд формування ринкових економічних відносин та економічної культури.

Ціннісно-нормативні складові організаційної культури. Для аналізу ціннісної структури в груповій свідомості працівників різних суспільних секторів було застосовано методику вивчення ціннісних уявлень Д. Леонтьєва [2], створену на основі методики М. Рокіча. Респондентам було запропоновано вибрати 7 найбільш значущих термінальних та інструментальних цінностей за такими параметрами: «Особисто для Вас», «У Вашій організації (колективі)», «Для українського суспільства в цілому».

Ієрархія термінальних цінностей представлена таким чином: серед особистісних домінують традиційні й матеріалістичні (здоров'я, любов, добро-

бут, сім'я, друзі), цінності, які поділяють члени організації, відображають індустріальні (робота, суспільне визнання, добробут, продуктивне життя) і постіндустріальні цінності (пізнання, розвиток, творчість, свобода). Серед цінностей сучасного українського суспільства респонденти виділяють як традиційні й матеріалістичні. У комерційному секторі кореляція між особистісними цінностями й цінностями в організації відсутня ($r = 0,037$), існує слабка кореляція між особистісними цінностями та цінностями українського суспільства ($r = 0,123$) і констатовано схожість між цінностями в організації й цінностями українського суспільства ($r = 0,5$).

Ієрархія інструментальних цінностей представлена таким чином: серед особистісних цінностей домінують традиційні морально-етичні цінності, притаманні українській ментальності (охайність, освіченість, відповідальність, чесність, вихованість, терпимість), цінності, які поділяють члени організації, відображають якості, що необхідні для ефективного виконання професійної діяльності (дисциплінованість, освіченість, відповідальність, ефективність у справах, охайність). Серед цінностей сучасного українського суспільства респонденти виділяють традиційні. У комерційному секторі кореляція між особистісними цінностями й цінностями в організації констатується як наявна ($r = 0,543$), існує слабка кореляція між особистісними цінностями та цінностями українського суспільства ($r = 0,212$) і між цінностями в організації й цінностями українського суспільства ($r = 0,309$).

На рис. 2 подано структуру деяких організаційних цінностей у комерційних установах і підприємствах.



Рис. 2. Структура організаційних цінностей в установах і підприємствах комерційного сектору суспільства

Загалом респонденти назвали як найбільш значущі організаційні цінності такі: якість виконаної роботи, високий професійний рівень співробітників, досягнення запланованих результатів, співпраця й робота в команді, інтереси клієнтів (замовників), що відповідають орієнтації діяльності організації на якість і результат (отримання прибутку, матеріальний продукт, надання послуги, соціальний ефект тощо).

Для визначення змістовних характеристик ціннісно-нормативної складової організаційної культури респондентам було запропоновано відповісти на відкрите питання: «Назвіть, будь ласка, три основні правила і норми поведінки, які прийняті у Вашому колективі?». Контент-аналіз відповідей респондентів надав змогу виділити п'ять смислових категорій, які характеризують нормативну систему організаційної структури: морально-етичні норми; норми, що відображають емоційно-вольові якості особистості; професійно-виробничі норми; комунікативні норми; загальні організаційні норми (слогани). Результати дослідження подано на рис. 3.

Отже, нормативний вимір організаційної культури в організаціях комерційного сектору представлений такою ієрархією норм: морально-етичні норми, емоційно-вольові якості, професійно-виробничі норми, комунікативні норми, загальні норми.

Організаційно-управлінські складові організаційної культури. Основними показниками виступили: стиль керівництва в організації, особливості формального й неформального спілкування (структура комунікації), оцінка емоційно-психологічної атмосфери в колективі, оцінка соціально-психологічної взаємодії в організації.

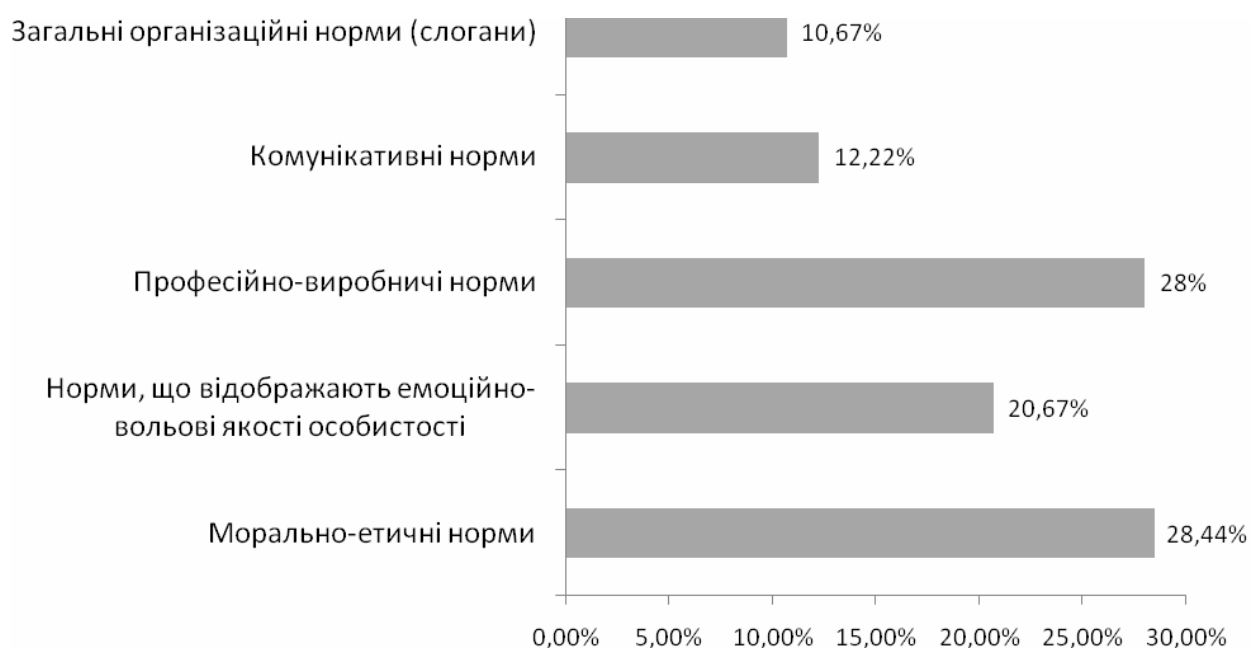


Рис. 3. Змістові характеристики ціннісно-нормативної складової організаційної культури в комерційному секторі суспільства

Загалом за вибіркою респонденти визначають як такі, що домінують, змішаний стиль керівництва (ситуативний) – 39,6% і демократичний – 30%, для якого характерні колегіальність прийняття управлінських рішень, стимулювання ініціативи підлеглих, достатність інформації про перспективи діяльності організації; більше ніж половина респондентів вважають, що формальне й неформальне спілкування в колективі рівноцінні та доповнюють один одного (61,6%), 13,6% переконані, що неформальне спілкування формує дружні відносини в колективі й надає змогу швидко вирішувати проблеми міжособистісного та ділового характеру (9,3%); респонденти оцінюють емоційно-психологічну атмосферу в організації як вищу від середньої – 7 балів, де 1 бал відповідає негативній, недружній атмосфері, а 9 балів – атмосфері взаємодопомоги, взаємоповаги; в організаціях комерційного сектору вищі показники мають позитивне емоційне ставлення один до одного, морально-етичні норми спілкування, поведінка в складних ситуаціях.

Висновки. Отже, у комерційному секторі суспільства структурно-змістовими особливостями організаційної культури виявлено: 1) у вимірі соціетальних складових – домінування соціальних та інтернальних ідентифікаційних стратегій, патерналізму в архетипі керівника з рисами підприємця; 2) у ціннісно-нормативному вимірі – слабо інтегрована ціннісна система, орієнтація на якість, результат і клієнтів, морально-етична й професійна основа соціальних норм; 3) у вимірі організаційно-управлінських відносин – демократичний і авторитарний стиль керівництва, середній рівень відкритості інформаційних потоків, позитивний соціально-психологічний клімат.

Список використаної літератури

1. Головаха Є. Українське суспільство: шляхи трансформації. *Український соціологічний журнал*. 2016. № 1–2. С. 26–30.
2. Леонтьев Д. А. Методика изучения ценностных ориентаций личности. Москва: Смысл, 1992. 46 с.
3. Родин О. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность. *Менеджмент*. 1998. № 7. С. 67–77.
4. Семикіна М. В. Еволюція організаційної культури на українських підприємствах: проблеми та протиріччя. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2009. № 6. С. 197–200.
5. Сіменко І. В. Організаційна культура підприємства: лексико-семантичний аналіз змісту. *Сталий розвиток економіки: всеукраїнський науково-виробничий журнал*. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_3/55.pdf (дата звернення: 16.04.2018).
6. Сонько С. П., Скринько М. М. Інфраструктура в умовах транзитивної економіки. Харків: Екограф, 2004. 256 с.
7. Управление знаниями в корпорациях: учеб. пособ. / Б. З. Мильнер, З. П. Румянцева, В. Г. Смирнова, А. В. Блинникова. Москва: Дело, 2006. 304 с.
8. Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 1200 с.
9. Харчишина О. В. Дослідження сутності категорії «організаційна культура». *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2011. № 2 (56). С. 148–151.

10. Харчишина О. В. Структура організаційної культури підприємства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2010. № 2 (52). С. 295–298.
11. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Санкт-Петербург: Питер Ком, 1998. 608 с.
12. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 336 с.
13. Шубін О. О., Гладкий М. О. Організаційна культура як соціально-економічний феномен у контексті сучасної парадигми управління. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 239–246.
14. Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill, 1991. 89 p.
15. Schwartz H., Davis S. Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*. 1981. Summer. P. 30–48.

Стаття надійшла до редакції 16.01.2019.

Кравченко Н. Ю. Структурно-содержательные особенности организационной культуры в государственном секторе украинского общества: социологический анализ

В статье рассматривается организационная культура как социальное явление и как составляющая социального управления, базовой интегральной характеристикой которой является упорядоченная система ценностей, представлений, убеждений и нормативных образцов поведения, обеспечивающая оптимальную внутреннюю интеграцию и внешнюю адаптацию организации или социального института. Выделены структурные компоненты организационной культуры государственного сектора общества: 1) социетальные составляющие (идентичность, архетипы руководителя); 2) ценностно-нормативные составляющие (ценности, организационные ценности и нормы); 3) организационно-управленческие составляющие организационной культуры (стиль руководства в организации, структура коммуникации, социально-психологический климат). На основе результатов социологического опроса выявлены содержательные особенности организационной культуры в государственном секторе украинского общества.

Ключевые слова: транзитивное общество, государственный сектор, организационная культура, социетальные составляющие организационной культуры, ценностно-нормативные составляющие организационной культуры, организационно-управленческие составляющие организационной культуры.

Kravchenko N. Structural and Substantive Features of Organizational Culture in the Public Sector of Ukrainian Society: a Sociological Analysis

In the article, organizational culture is considered as a social phenomenon and acts as a component of social management; the basic integral characteristic of which is an ordered system of values, representations, beliefs and normative patterns of behavior that provides optimal internal integration and external adaptation of an organization or social institution.

Attributive definitions interpret the organizational culture as a characteristic of the organization acquired during the historical development and interpersonal interaction, and emphasize the presence of its implicit and explicit components. Phenomenological definitions describe the organizational culture as the essence of the organization and emphasize its value-normative content. Structural definitions focus on the components of organizational culture and their relationship with organizational efficiency.

The empirical basis for the study is the results of a mass sociological survey of 500 respondents from the working population of the Zaporizhzhya Oblast, held in 2019. The sample of the sociological survey included employees of the employees of commercial (business) organizations and enterprises.

In general, the respondents identified the following as the most significant organizational values: the quality of the work performed, the high professional level of the employees, the achieve-

ment of the planned results, cooperation and team work, the interests of clients (customers), which correspond to the orientation of the organization to the quality and outcome (profit, material product, service delivery, social effect, etc.).

The sample of the sociological survey included employees of the employees of commercial (business) organizations and enterprises. The sample is randomized by gender, age and place of work (state, commercial, public organization).

The structural components of the organizational culture of the commercial sector of society are identified: 1) societal components (identity, archetypes of the leader); 2) value-normative components (values, organizational values and norms); 3) organizational and managerial components of organizational culture (style of management in the organization, structure of communication, socio-psychological climate). On the basis of the results of the sociological survey, the meaningful features of organizational culture in the commercial sector of Ukrainian society were revealed.

Key words: transitive society, commercial sector, organizational culture, societal components of organizational culture, value-normative components of organizational culture, organizational and managerial components of organizational culture.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Ашурбеков А. – кандидат соціологічних наук, експерт з децентралізації програми «U-LEAD з Європою».

Байдак Т. М. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківській політехнічний інститут».

Болотова В. О. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківській політехнічний інститут».

Власова Н. Ф. – аспірант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Гоць А. А. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри філософії та соціології, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка.

Демків О. Б. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології, Львівський національний університет імені І. Франка.

Корнілов В. С. – кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри соціології та політології, Національний авіаційний університет.

Кравченко Н. Ю. – аспірант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Ляшенко Н. О. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківській політехнічний інститут».

Ляпіна Л. А. – кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри соціології, Чорноморський національний університет імені Петра Могили.

Матюхін Д. А. – аспірант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Ніколаєнко В. Л. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та політології, Національний авіаційний університет.

Савчинський Р. О. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології, Львівський національний університет імені І. Франка.

Стадник А. Г. – кандидат соціологічних наук, викладач кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Суська О. О. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зв'язків з громадськістю, Національний університет «Києво-Могилянська академія».

Чудовська І. А. – доктор соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Хрустальов Ф. С. – кандидат соціологічних наук, Класичний приватний університет.

Щербина В. М. – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Щербина В. Л. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри філософських і соціальних наук, Київський національний торгово-економічний університет.

Яценко М. А. – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та психології, Національний університет «Одеська юридична академія».

Наукове видання

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

Збірник наукових праць

ВИПУСК 81

*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 28.02.2019.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк ризограф. Гарнітура Times.
Умовн.-друк. 9,6. Обл.-вид. арк. 11,32. Тираж 300 прим. Зам № 02-19Ж.

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