ISSN 2707-9147

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 89

Видавничий дім
«Гельветика»
2021

УДК 316.42(043)
С54

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

З 2010 р. усі електронні версії видання передаються на зберігання
до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського НАН України
і представлені на порталі в інформаційному ресурсі «Наукова періодика України».

Збірник включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного
забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Редакційна колегія: **Гордієнко Наталія Миколаївна,** доктор соціологічних наук, доцент (Запоріжжя); **Клименко Олена Юріївна,** доктор соціологічних наук, доцент (Київ); **Михайлич Олександр Володимирович,** кандидат соціологічних наук (Київ); **Позднякова-Кирбят'єва Елліна Геннадіївна,** доктор соціологічних наук, професор (Запоріжжя); **Сердюк Олексій Олександрович,** кандидат соціологічних наук, доцент (Харків); **Сорокіна Людмила Миколаївна,** кандидат соціологічних наук, доцент (Кам'янське); **Хомерікі Олена Андріївна,** доктор соціологічних наук, професор (Київ).

Іноземні члени редколегії: **Długosz Piotr,** доктор соціологічних наук, професор (Краков, Польща); **Greblikaite Jolita,** доктор соціологічних наук, доцент (Каунас, Литва); **Pileliene Lina,** кандидат соціологічних наук, професор (Каунас, Литва); **Tamulienė Vilma,** кандидат соціологічних наук, доцент (Вільнюс, Литва).

Головний редактор: **Зоська Яна Володимирівна,** доктор соціологічних наук, професор.

Ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
протокол № 7 від 31 березня 2021 р.

© Класичний приватний університет, 2021
© Колектив авторів, 2021

ISSN 2707-9147

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020 р. (додаток 4) збірник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б» у галузі соціальних наук (054 – Соціологія).

- 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.
- 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 стаття, направлена до збірника, повинна мати такі структурні елементи: індекс УДК (у верхньому лівому кутку сторінки); тематичний розділ журналу; прізвище, ім'я та по-батькові автора (-ів) (не більше 3-х авторів), науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи навчання) та назва статті; текст статті; список літератури; анотації та ключові слова двома мовами (мовою статті та англійською мовою). Список використаних джерел подається наприкінці статті в порядку згадування джерел та оформлюється з урахуванням розробленого в 2015 році Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Обсяг анотації – 1800 знаків без пробілів (250-300 слів), кількість ключових слів – мінімум 5 слів. Обсяг статті – не менше 8 сторінок, включаючи ілюстрації, таблиці, графіки, список літератури.
- Реквізити для оплати публікації будуть надіслані авторові на електронну пошту після схвалення рукопису редколегією.

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

Ye. M. Hrabovskyi
MULTIMEDIA PRESENTATION AS AN INTEGRAL COMPONENT OF DIGITAL MEDIA CULTURE..... 8

Є. Р. Корень
УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ВІЗУАЛЬНИХ СИМВОЛАХ ЕПОСУ (ЧАСТИНА 1)..... 20

Л. А. Ляпіна, М. О. Мінц, А. В. Кульгава
СТУДЕНТСЬКА МОЛОДЬ: ДО ПРОБЛЕМИ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ПОРТРЕТА..... 30

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

К. А. Агаларова, Н. А. Ляшенко
ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ: ҐЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ..... 38

О. О. Дейнеко
АКСІОСТРАТЕГІЇ ЗГУРТОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА: ЦІННІСНА ГОМОГЕННІСТЬ, ЦІННІСНА ГЕТЕРОГЕННІСТЬ ЧИ «ВІДМОВА ВІД ЦІННОСТЕЙ»?..... 44

Я. В. Зоська, Д. А. Матюхін, А. Г. Стадник
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК УМОВА КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК СУЧАСНОЇ МОЛОДІ..... 56

О. С. Зубченко
СТРУКТУРУВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ У 2015–2020 РОКАХ..... 69

В. В. Каритка
МОЛОДЬ ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ ЯК СПЕЦИФІЧНА СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНА ГРУПА (НА ПРИКЛАДІ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ТА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ).....81

К. М. Котеленець, А. Р. Сурмай
ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ МОЛОДІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ.....93

Л. М. Москаленко
ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....101

О. О. Полумисна, В. В. Куриляк
ІМІДЖ ЦЕРКВИ АДВЕНТИСТІВ СЬОМОГО ДНЯ В МАСМЕДІА УКРАЇНИ.....107

Т. А. Удовицька
ПРОФЕСІЙНИЙ ВИБІР СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: АКТУАЛЬНІ ФАКТОРИ ТА «СЦЕНАРІЇ».....121

І. П. Шевель
ЦІННІСНІ ПРОТИСТОЯННЯ ЯК ВИЯВ СОЦІАЛЬНОГО КОНФЛІКТУ.....133

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

М. В. Бірюкова
ТЕХНОЛОГІЇ САМОПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....138

CONTENTS

CURRENT PROBLEMS OF SPECIAL AND BRANCH SOCIOLOGY

Hrabovskyi Ye. M.
MULTIMEDIA PRESENTATION AS AN INTEGRAL COMPONENT OF DIGITAL MEDIA CULTURE..... 8

Koren Ye. R.
UKRAINIAN IDENTITY IN THE VISUAL SYMBOLS OF THE EPIC (PART 1)..... 20

Liapina L. A., Mints M. O., Kulhava A. V.
STUDENT YOUTH: TO THE PROBLEM OF CHARACTERISTICS OF SOCIAL PORTRAIT..... 30

ACTUAL PROBLEMS OF MODERN UKRAINIAN SOCIETY

Agalarova K. A., Liashenko N. A.
PECULIARITIES OF SOCIAL ACTIVITY OF STUDENTS: GENDER ASPECT..... 38

Deineko O. O.
AXIO-STRATEGIES OF A COHESIOUS SOCIETY: VALUE HOMOGENEITY, VALUE HETEROGENEITY OR "VALUE REJECTION"?..... 44

Zoska Ya. V., Matiukhin D. A., Stadnyk A. H.
FEATURES AND PROCESS OF SOCIALIZATION AS A CONDITION FOR CONSTRUCTION OF SOCIAL PRACTICES OF MODERN YOUTH..... 56

Zubchenko O. S.
STRUCTURING THE ELECTORAL SPACE OF THE ZAPOROZHYE REGION IN 2015–2020..... 69

Karytka V. V.
YOUNG PEOPLE OF AN INDUSTRIAL AREA AS A SPECIFIC SOCIO-DEMOGRAPHIC GROUP (ON THE EXAMPLE OF DNIPROPETROVSK AND ZAPOROZHYE REGIONS)..... 81

Kotelenets K. M., Surmay A. R.
VALUES OF YOUNG PEOPLE OF LUHANSK REGION:
SURVEY RESULTS.....93

Moskalenko L. M.
MAIN TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT
OF VOCATIONAL EDUCATION IN UKRAINE.....101

Polumysna O. O., Kuryliak V. V.
THE IMAGE OF THE SEVENTH-DAY ADVENTIST CHURCH
IN THE MASS MEDIA OF UKRAINE.....107

Udovytska T. A.
PROFESSIONAL CHOICE OF MODERN YOUTH:
ACTUAL FACTORS AND "SCRIPTS".....121

Shevel I. P.
VALUE OPPOSITIONS AS MANIFESTATIONS
OF SOCIAL CONFLICT.....133

MODERN TECHNOLOGIES IN MODERN UKRAINIAN SOCIETY

Biryukova M. V.
SELF-PROMOTION TECHNOLOGIES
IN SOCIAL NETWORKS.....138

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

UDC 004.14.1
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.1

YE. M. HRABOVSKYI
Ph. D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Computer Systems and Technologies,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

MULTIMEDIA PRESENTATION AS AN INTEGRAL COMPONENT OF DIGITAL MEDIA CULTURE

This article presents guidelines for considering a multimedia presentation as a component of digital media culture. The practical result of the article is a system of recommendations to developers regarding the creation and use of presentations in the modern environment of digital media culture. Qualitative and quantitative advantages of using multimedia presentations are determined. The article systematizes the key competitive positions, which are provided by the use of multimedia presentation in the modern environment of digital media culture. The basic requirements which should be observed for effective use of multimedia presentations in the conditions of a postindustrial society are offered. The paper recommends and considers four types of scenarios for the use of presentations in the modern culture of digital media. The study focuses on determining the levels of cognitive activity using a multimedia presentation. There are certain requirements for the clarity of illustrative material, which allow to achieve the expected effect in the form of a high level of cognitive activity of listeners as a result of using a multimedia presentation. Emphasis is placed on the fact that the content of multimedia material must meet the requirements of educational and marketing programs. Regarding the issue of creating support for a multimedia presentation in a certain language, the article states that it is resolved positively by the speaker in the process of preparation for the event. Criteria for evaluating presentations, which consist of requirements for their creation, are proposed. The main components of the user interface of the multimedia product presentation are considered in the article. A list of basic interface design concepts to use for multimedia presentations is offered. The main hierarchical levels of information in a multimedia presentation, which are necessary for effective perception of information, are considered. Emphasis is placed on the fact that each aspect is characterized by certain requirements for the process of designing a multimedia presentation.

Key words: *multimedia presentation, digital media culture, requirements, illustrative material, methodical principles.*

© Ye. M. Hrabovskyi, 2021

Formulation of the problem. The modern cultural environment of post-industrial society is impossible to imagine without multimedia technology, which includes a set of computer technologies, using several information environments: graphics, text, video, photography, animation, sound effects, high-quality sound, i.e. in all known forms.

The development of civilization has minimized the ability of man to perceive the world evenly with the help of the senses given to him by nature. Visual perception of information is especially important for modern youth – a generation with a pronounced "clip" or "mosaic" thinking. Modern youth has grown up and lives in the age of high technology, they have absorbed the "dictation of the picture" since childhood, which overwhelms the modern media. Currently, the main source of forming a new picture of the world is the Internet, where young people are consumers of visual information.

In the light of the above, it can be concluded that the consideration of multimedia presentation as a component of digital media culture is extremely important.

Analysis of recent research and publications. Scientific articles [1–5] are devoted to improving the quality and effectiveness of the introduction and use of multimedia technologies in the modern cultural environment. Specific features of the intelligent user interface of multimedia presentation as a component of digital media culture are considered in [6–8]. In researches [7–9] the main ways of improvement of multimedia presentation on the basis of introduction of the newest tools and information systems are systematized.

At the same time, today in the specialized literature there is no methodological approach to the consideration of multimedia presentation as a component of the culture of digital media.

The purpose of the article – to develop guidelines for considering a multimedia presentation as a component of digital media culture.

Presenting main material. As a result of the use of multimedia presentations in the modern cultural environment of the media, there are two main advantages – qualitative and quantitative.

Qualitatively new possibilities are obvious if we compare verbal descriptions with direct audiovisual representation.

Quantitative advantages are expressed in the fact that multimedia, among many other media tools, is higher than its information density and fully complies with the common principle of human life – "it is better to see once than hear a million times".

Multimedia presentation in today's digital media culture environment has the following key advantages:

– Emphasizes the audience's attention to important points of information, allows you to make the presentation of the material more vivid, expressive;

– Creates visual spectacular images by mixing, shuffling information,

including textual, graphical information (schemes, compositions), moving diagrams, animation, video information, etc.;

– Allows you to effectively combine over time oral material with a continuous automatic slide show during the demonstration;

– Integrates hypertext and multimedia (combining audio, video and animation effects) into a single presentation;

– Allows the speaker to use the presentation as a handout (reference material, memos, etc.);

– Represents the possibility of demonstrating dynamic processes (experiments, experiments);

– Gives the opportunity to show the structure of information;

– Allows the speaker to organize thoughts, classify material;

– Provides speed, ease of playback, versatility (Power Point is included in the Microsoft Office software package), the ability to play the presentation on any computer;

– Allows you to display images in large sizes;

– Increases the informativeness and effectiveness of the material in its presentation, given that the listeners are involved in visual and auditory channels of perception;

– Contributes to improving the methodological skills of the speaker;

– Reduces the intensity of the speaker while reading the material, as some functions are replaced by ready-made electronic presentations.

Effective use of multimedia presentations in today's digital media culture environment should include the following requirements.

The requirement of adaptability, which implies the adaptation of the learning process to the level of knowledge and skills, psychological characteristics of students. Here the gradation of levels and conditions of adaptation is of great importance: from the individual pace of learning the material to the development of individual tasks.

Requirement of interactivity, which involves interactive dialogue and feedback from the audience. This helps to monitor the activities of students.

The requirement to develop the intellectual potential of students when working with a multimedia presentation involves the formation of different styles of thinking.

The requirement to ensure the integrity and continuity of the marketing cycle means that the multimedia presentation should provide the ability to perform all parts of the marketing cycle within a single session with information technology.

In our opinion, adherence to these principles is equally important for the speaker, and for students who create multimedia presentations for use in class, in the defense of projects, exams and tests.

As a result of systematization of information on multimedia presentations, the following four types of scenarios for the use of presentations in today's digital media culture can be proposed.

Scenario 1. Use of multimedia linear resources – consistent presentation of information. For example, a sequential presentation of new material for listeners on a topic, made using multimedia tools such as sound, animation, computer simulation, video.

Scenario 2. The use of multimedia hypertext materials – inconsistent presentation of information. This is work with electronic encyclopedias or Internet resources to search for materials on the topic of the abstract.

Scenario 3. Use of multimedia learning products – research activities using multimedia. Typically, scenario 3 includes elements of both scenario 1 and scenario 2.

Scenario 4. Using special tools to create your own multimedia products. For example, students can use a standard web page editor or Power Point along with a text editor to create a linear presentation. In scenarios 1, 2, 3, listeners are seen as end users of educational multimedia, while in scenario 4 they act as developers of small multimedia products.

In this sense, the use of a multimedia presentation to determine the levels of cognitive activity, which can be performed, for example, based on the definition of appropriate criteria (table 1).

Table 1

Levels of cognitive activity of listeners as a result of using a multimedia presentation

Level of cognitive activity	Level characteristics
High (creative)	Characterized by interest and desire not only to penetrate deeply into the essence of phenomena and their relationships, but also to find a new way for this purpose. This level of activity is provided by the excitation of a high degree of inconsistency between what the listener knew before, what was already encountered in his experience and new information, a new phenomenon. Activity, as the quality of a person's activity, is an integral condition and indicator of the implementation of any principle of learning.
Intermediate level (level of interpretation)	It is characterized by the listener's desire to identify the meaning and content of educational activities, the desire to learn the connections between phenomena and processes, to master the ways of applying knowledge in changed conditions. A characteristic indicator: the great stability of volitional efforts, which is manifested in the fact that the student seeks to bring the case to an end, in difficulty does not refuse to perform the task, but seeks solutions.
Low level (level of reproduction)	It is characterized by the desire of the listener to understand, remember and reproduce knowledge, to master the method of its application according to the model. This level is characterized by instability of the listener's willpower, lack of interest in students to deepen knowledge, lack of questions such as: "Why?".

Achieve the expected effect in the form of a high level of cognitive activity of listeners as a result of the use of multimedia presentation can be subject to certain requirements regarding the clarity of illustrative material.

Requirement 1. Ergonomics and clarity of the presentation material, which must correspond to the proposed written or oral information.

Requirement 2. Dynamics of presentation. The demonstration time should be optimal, and correspond to the currently studied educational information. It is very important not to overdo the effects.

Requirement 3. Well-thought-out algorithm of video sequence of images. Multimedia tools give the speaker the opportunity to present the desired image to the nearest moment. It is enough for the teacher to think over in detail the sequence of presenting images on the screen, so that the learning effect was as great as possible.

Requirement 4. The optimal size of clarity. And this applies not only to the minimum, but also the maximum size, which can also have a negative impact on the learning process, contribute to faster fatigue of students. The teacher should remember that the optimal image size on the monitor screen does not correspond to the optimal image size of the large projector screen.

Requirement 5. The optimal number of proposed images on the screen. You should not admire the number of slides, photos, etc., which distract listeners, do not allow you to focus on the main thing.

When preparing the necessary episode, the speaker will definitely face the problem of presenting the text of presentations. It is necessary to pay attention to the following requirements to the text:

- structure;
- volume;
- format.

The text on the screen should act as a unit of communication. It has either a subordinate character, which helps the speaker to increase the semantic load, or is an independent unit of information that the teacher does not intentionally voice. Naturally, when definitions and key phrases appear on the screen. Often on the screen we see a kind of thesis plan of the lesson. In this case, the main thing is not to overdo it. It has long been known that a large amount of text is poorly perceived from the screen. The speaker should strive to replace printed text with clarity whenever possible. In fact, it is also a text, but presented in another language.

It is also important how the printed text will be presented from the screen. As well as clarity, the text should appear at a pre-planned time by the teacher. The speaker either comments on the submitted text or reinforces the oral information submitted by him. It is very important that the speaker never duplicates the text on the screen. Then the listeners will not have the illusion of an extra link of incoming information. Although there may be cases when duplication of printed text by a teacher or student is didactically justified.

Duplication of printed text is also mandatory at any age when conducting multimedia didactic games. In this way, the speaker achieves equal

conditions for all listeners: both those who perceive oral information more easily and those who absorb the information of the printed text more easily. When preparing a multimedia lesson, the developer must have at least a basic idea of color, color scheme, which can successfully affect the design of the color scenario of the educational episode. The recommendations of psychologists and designers about the influence of color on the cognitive activity of listeners, about the combination of colors, the optimal number of colors on the screen, etc. should not be ignored. It should be noted that the color perception on the monitor screen and on the big screen are significantly different, and the multimedia lesson should be prepared primarily based on the projector screen.

It is important to use sound in class. Sound can play a role:

- noise effect;
- sound illustration;
- soundtrack.

As a noise effect, sound can be used to attract students' attention, switching to another type of learning activity. Having a multimedia collection of sound effects does not necessarily mean using them. The noise effect must be didactically justified. For example, in the case of a multimedia didactic game, the intermittent noise effect can be a signal before the discussion of the question or, conversely, a signal before the end of the discussion and the need to answer. It is very important that listeners are accustomed to this, so that the sound does not cause them too much excitement.

Sound illustration plays an important role as an additional channel of information. For example, a visual image of animals or birds may be accompanied by their growling, singing, and so on. A drawing or photograph of a historical figure may be accompanied by his recorded voice.

Finally, sound can play the role of educational sound accompaniment of visual image, animation, video. In this case, the speaker should carefully consider how rationally to use the soundtrack of the presentation. It will be optimal to use sound as an educational text in the course of independent preparation for the lesson. At the lesson itself, the soundtrack should be minimized.

Modern technologies are known to successfully use fragments of video films in the multimedia presentation of the material. The use of video information and animation can significantly enhance the learning effect. It is the film, or rather a small educational fragment, most contributes to the visualization of the educational process, the presentation of animation results, simulation of various processes in real time learning. Where a stationary illustration or table does not help in learning, a multidimensional moving figure, animation, frame plan, video plot and much more can help.

However, when using video information, do not forget to keep the pace of the presentation. The video should be extremely short in time, and the speaker should take care to provide feedback to the audience. That is, video information should be accompanied by a number of developmental questions that invite listeners to dialogue, commenting on what is happening.

Under no circumstances should listeners be turned into passive viewers. It is necessary to replace the soundtrack of the video clip with the living language of the speaker and listeners.

Multimedia means of digital media culture have an indisputable advantage over other means of culture of post-industrial society, when it is necessary to show phenomena and processes of development and dynamics that are not available for direct observation. Therefore it is expedient to use them for fixing of attention of the listener on separate parts of static material. The content of multimedia material must meet the requirements of educational and marketing programs. The issue of creating support in a certain language is positively resolved by the speaker in the process of preparation for the event. Criteria for evaluating presentations consist of requirements for their creation (Table 2).

Table 2

Criteria for evaluating presentations

1	2
Criteria	Parameters to be evaluated
Theme of the presentation.	Correspondence of the theme to the program of the academic discipline, section.
Didactic and methodical purposes and tasks of the presentation.	Correspondence of the purposes of the set theme Achieving goals and objectives.
Highlighting the main ideas of the presentation Compliance with the goals and objectives.	Contents of inferences. The degree of interest in the audience. Number (recommended for memorization by the audience no more than 4–5).
Contents	Reliable information about historical references and current events. All conclusions are confirmed by reliable sources. The language of the material is clear to the audience. Relevance, accuracy and usefulness of the content.
Selection of information for project creation – presentations.	Graphic illustrations for presentation. Statistics. Charts and graphs. Expert assessments. Internet resources. Examples. Comparison. Quotes, etc.
Submission of project material – presentations.	Chronology. Priority. Thematic sequence. Structure on the principle of “problem-solution”.

Continuation of Table 2

1	2
Technical part Grammar	Adequate vocabulary. Presence of spelling mistakes and typos.
Logic and transitions during the project – presentations.	From the introduction to the main part. From one main idea (part) to another. From one slide to another. Hyperlinks.
Conclusions	A vivid statement is a transition to a conclusion. Repetition of the main goals and objectives of the speech. Conclusions. Summing up. A short statement at the end that is well remembered.
Presentation design Font	The degree of correctness of the color choice (background, font, links). Animation elements.
Technical part Grammar	Adequate vocabulary. Presence of spelling mistakes and typos.

The user interface for presenting a multimedia product combines:

a) graphical environment (screen image);

b) a set of controls;

c) technologies of user interaction with the product.

User interface design requirements are developed within different concepts. The following basic interface design concepts should be used for multimedia presentations.

1. The concept of user centered design (task centered design)

According to this concept, the correct interface is one that ensures efficient execution of user tasks. Based on this, the process of developing the interface has the following stages: defining the range of tasks of users; formation on this basis of a set of interface functions that provides the most effective solution to these problems; determination on the basis of the formed set of functions of the necessary set of control elements of the interface. Unfortunately, the described concept does not answer the question of how the interface controls should be designed and arranged.

2. The concept of user centered design

According to this concept, the right interface is optimized for the target audience. The main indicator of the quality of the interface is the attitude of users to the interface, their subjective satisfaction. Based on this, an integral part of the interface development process is the study of the characteristics of the audience (for example, the level of initial training of users, their expectations, knowledge of the subject area and physiological characteristics).

3. The concept of interface design focused on the goals (motives) of users

According to this concept, the correct interface is optimized for the motives of the target audience. The motives explain the tasks of users and therefore allow to determine the basic requirements for ways to solve these problems and the basic requirements for the design of the interface.

4. The concept of ergonomic indicators

According to the system of ergonomic indicators, the interfaces are characterized by:

- user speed;
- the number of user errors;
- subjective user satisfaction;
- the speed of teaching the user the skills of operating the interface;
- the extent to which the user retains these skills when not using the product.

The correct interface design of multimedia presentations is assessed by the degree of efficiency, complexity and satisfaction (as in the system of Schneiderman indicators), and is determined by the set goals (as in the concepts of interface design focused on goals and objectives), user characteristics (as in the concept of interface design focused on users) and content characteristics.

In a multimedia presentation for the effective perception of information should be distinguished at least three prominent hierarchical levels of information:

1) the level of key information.

This level covers only the most important concepts and conclusions, i.e. only key information. But this information should give a complete picture of the subject area;

2) the basic level.

This level covers the bulk of all material. It contains a detailed methodological statement of all issues;

3) advanced level.

This level covers in-depth consideration of specific issues for those users who want to expand their knowledge.

The following design tools can be used to organize an information hierarchy in a multimedia presentation:

1) selection of basic information by means of visual accents.

The most common methods of creating a visual accent on the object are:

- use a brighter color;
- increase the size of the object;
- change the location of the object;
- highlight the object with a flashing light.

Quantitative assessment of visual accent is its intensity. The intensity of the visual accent is determined by the ratio of the accented characteristic (for example, color or size) of the object with the corresponding characteristic of the background. Selecting an object with color is considered the most

effective, and selecting it by changing its size or brightness is considered less effective;

2) use of additional information personnel.

Additional information frame is intended to accommodate a small amount of information that is ancillary to the material of the main pages of the electronic publication. Such information can be definitions, illustrations, examples and the like. The user gets access to the information placed in the frame by a hyperlink from the main information page, and the frame is not part of the structure of the electronic edition;

3) creation of separate divisions with the basic and secondary information.

In today's digital media culture, mental maps should be used when creating multimedia presentations. There are some recommendations for creating mental maps. It should be noted that the style of the mental map is important to make bright and unusual. You can use humor, non-standard thinking.

The mental map has a radial structure. The main idea, task or object of attention – in the center, other objects related to the topic, depart in the form of branches from the center to the periphery of the mental map. In this case, the main idea may be the development of an innovative project or the idea itself.

The map should be clear not only to those who make it, the map should have an obvious order of information, importance, priority of a particular block of information, it is better to use a selection, such as a halo or the use of another color.

The mental map should attract attention, so you should use different types of pictures, font size, scale. An interesting way of presenting information on a mental map is coding: you can use common codes (prohibition signs, or important information) or come up with your own codes, and place additional symbols on the map.

The more pictures a card contains, the better it will be remembered. It is better to mark the central image of the mental map with an image, but it is impossible to exaggerate with pictures so that the map does not become completely colorful. No more than one or two keywords should be written on one branch, this allows you to expand the flow of associations, ideas and thoughts.

The procedure for developing a mental map of an innovative idea is as follows:

1) in the middle of the canvas of the mental map should indicate the industry, object or topic in which you want to generate an idea;

2) from the central theme of the theme depart the main lines that divide the theme into separate areas – it can be images and associations associated with the main theme. They indicate the key words in capital letters, and for better clarity for each main theme can be determined by its color, the thickness of the line can indicate the purpose of the word;

3) primary associations should be developed in the following branches. An arbitrary number of branches of the same color as the following keywords depart from the main branches, they form additional associations. This is how you can get a new idea in a certain field of knowledge.

For all its simplicity, a tool such as a mind map has one important property – it allows you to get to the heart of the problem and at the same time see the full range of tasks. The use of mental maps online to build the readiness of professionals to innovate is an important step in the development of e-learning systems in the workplace, through which e-learning becomes more multifaceted, interesting and effective.

Conclusions and suggestions. Thus, multimedia presentation is an important component of modern digital media culture. This multimedia product in the process of developing its design must be considered in three aspects:

1) as a carrier of various types of multimedia information;

2) as a system that interacts with the user through a user interface;

3) as a means of supporting the solution of tasks.

Each of these aspects is characterized by certain requirements for the process of designing a multimedia presentation. Thus, the requirements for multimedia design are determined by the provisions of cognitive theory. The requirements for the user interface of the product are determined by the provisions of usability and other known concepts of interface design. And all these requirements must be taken into account in their relationship in the process of designing an educational multimedia product

The practical result of the scientific research of the article was a system of recommendations to developers regarding the creation and use of presentations in the modern environment of digital media culture.

The direction of further research may be to assess the quality of the use of presentations in the modern environment of digital media culture.

References

1. Hrabovskyi Y. Methods of Assessment and Diagnosis of the Quality of Knowledge in E-Learning. *Journal of Communication and Computer.* 2015. № 12. P. 286–296.

2. Baecher P. The nepenthes platform: An efficient approach to collect malware. *Proceedings of the 9'th International Symposium on Recent Advances in Intrusion Detection (RAID)*. Springer. P. 165–184.

3. Adachi Y. Malware analysis system using process-level virtualization. *Proceedings of IEEE Symposium on Computers and Communications*. 2009. P. 550–556.

4. Pushkar O., Hrabovskyi Y. Development of methods of optimization and promotion of web site in search systems. *Science Rise : Scientific Journal.* 2020. № 1. С. 23–27. DOI: 10.21303/2313-8416.2020.001155.

5. Hrabovskyi Y., Fedorchenko V. Development of the optimization model of the interface of multimedia edition. *EUREKA: Physics and Engineering.* 2019. № 3. P. 3–12. DOI: 10.21303/2461-4262.2019.00902.

6. Грабовський Є. Проектування інтелектуального користувацького інтерфейсу систем підтримки електронного навчання. *Science Rise : Scientific Journal.* 2018. № 11 (52). С. 36–39.

7. Martins P., Zacarias M. A Web-based Tool for Business Process Improvement. *International Journal of Web Portals.* 2017. Vol. 9. Issue 1. P. 68–84. DOI: 10.4018/IJWP.2017070104.

8. Грабовський Є. М. Аналіз використання мультимедійних компонентів в сучасних технологіях мобільного навчання. *Science Rise : Scientific Journal.* 2019. № 4 (57). С. 46–50.

9. Brambilla M. Large-scale Model-Driven Engineering of web user interaction: The WebML and WebRatio experience. *Science of Computer Programming*. 2014. Vol. 89. Part B. P. 71–87. DOI: 10.1016/j.scico.2013.03.010.

Грабовський Є. М. Мультимедійна презентація як складова компонента культури цифрових медіа

У статті подано методичні засади щодо розгляду мультимедійної презентації як складової компоненти культури цифрових медіа. Практичним результатом статті виступає система рекомендацій розробникам стосовно створення та використання презентацій у сучасному середовищі культури цифрових медіа. Визначено якісні та кількісні переваги використання мультимедійних презентацій. У статті систематизовано ключові конкурентні позиції, які забезпечуються використанням мультимедійної презентації в сучасному середовищі культури цифрових медіа. Запропоновано основні вимоги, яких треба додержуватися для ефективного використання мультимедійних презентацій в умовах постіндустріального суспільства. У роботі рекомендовано та розглянуто чотири типи сценаріїв використання презентацій у сучасній культурі цифрових медіа. У дослідженні особливу увагу акцентовано на визначенні рівнів пізнавальної активності використання мультимедійної презентації. Систематизовано окремі вимоги стосовно наочності ілюстративного матеріалу, які дозволяють досягти очікуваного ефекту у вигляді високого рівня пізнавальної активності слухачів у результаті використання мультимедійної презентації. Акцентується увага на тому, що зміст мультимедійного матеріалу має відповідати вимогам навчальних і маркетингових програм. Стосовно питання про створення супроводу мультимедійної презентації певною мовою у статі вказується, що воно позитивно вирішується спікером у процесі підготовки до проведення заходів. Запропоновано критерії оцінювання презентацій, які складаються з вимог до їх створення. У статті розглянуто основні складові компоненти користувальницького інтерфейсу презентації мультимедійного продукту. Запропоновано перелік основних концепцій дизайну інтерфейсу, які варто використовувати для мультимедійних презентацій. Розглянуто основні ієрархічні рівні інформації в мультимедійній презентації, які необхідні для ефективного сприйняття інформації. Акцентується увага на тому, що кожний з аспектів характеризується певними вимогами до процесу проєктування дизайну мультимедійної презентації.

Ключові слова: *мультимедійна презентація, культура цифрових медіа, вимоги, ілюстративний матеріал, методичні засади.*

УДК 316.74.7
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.2

Є. Р. КОРЕНЬ
магістр соціальних та поведінкових наук,
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва
Державного університету телекомунікацій

УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ВІЗУАЛЬНИХ СИМВОЛАХ ЕПОСУ (ЧАСТИНА 1)

Здійснено аналіз поняття «архетип», що дозволило вирізнити найважливіші варіанти його інтерпретацій: універсалістську, локально-соціокультурну й універсалістсько-етноспецифічну, яка поєднує універсалістську та локально-соціокультурну інтерпретації.

Зроблено висновок про те, що вищезазначені інтерпретації відбивають розвиток соціогуманітарної думки від соціокультурного монізму, у контексті якого архетипи інтерпретовано як наскрізні трансісторичні структури, до культурного плюралізму, у контексті якого культурні архетипи інтерпретовано як культурно-локальні глибинні структури, та культурного полілогізму, з позицій якого архетипи аналізуються як загальнолюдські та як етноспецифічні структури культури і суспільства.

Сформульовано положення, згідно з яким архетипи визначено як форми кристалізації соціально-історичного досвіду спільноти, у яких виявляються дві тенденції впливу на соціальні уявлення та соціальну поведінку: тенденції до упорядкування соціальних уявлень та тенденції до нав'язливого повтору минулого без осмислення відповідних соціальних помилок та хиб у соціальній поведінці. Наголошено на тому, що зазначене значною мірою стосується культурних архетипів українства, які в сюжетах українських легенд представлені як сценарії узвичаєння хаотичних процесів у суспільстві.

Сформульовано висновок, відповідно до якого в символах окремих українських легенд виявляються етноспецифічні особливості ідентичності, однією з яких є сакральність та гіпнотичність жіночого/материнського образу для чоловічої психіки. Відзначено, що сакральність та гіпнотичність, у сюжетах окремих легенд, на рівні їх несвідомого сприйняття може формувати відповідні соціальні уявлення в реципієнтів українського епосу та впливати на формування феміноцентричності в чоловіків, сприяти їхній буденній фемінізації, лідерським якостям у жінок. Зазначене може сприяти збереженню відповідних якостей у структурі ґендерного характеру чоловіків.

Ключові слова: *архетип, символ, культура, ідентичність, українська ідентичність, український епос.*

Постановка проблеми. Проблема зумовлена дефіцитом відповідних робіт у сфері соціології мистецтва, присвячених впливу сюжетно-символічних складників українського епосу на процеси інкультурації і соціалізації молодого покоління у процесі виховання. У різних

© Є. Р. Корень, 2021

інститутах соціалізації твори українського епосу виступають важливим складником. Більша частина цих творів містять символи, архетипи, соціальні уявлення, які транслюються адресатам і виконують важливі соціформувальну та психоформувальну ролі. Герої казок, міфів та легенд часто стають зразками для соціального наслідування. Незважаючи на важливість епосу в соціалізації й інкультурації молодого покоління, тему дослідження осьових символів української ідентичності в українській соціології мистецтва можна вважати малорозробленою.

Ця малорозробленість стосується насамперед інтегративних досліджень, у яких встановлювався б зв'язок між ідентичністю українства, візуальними символами й архетипами і тими безсвідомими значеннями, які доносить епос до свідомості дітей, учнів, інших учасників навчання, виховання та соціалізації. Ідентичність українства крізь призму символьно-сюжетних складників епосу в поєднанні з аналізом відповідних символічних значень є, таким чином, актуальним предметом дослідження, що і зумовило його вибір для даної статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дане дослідження ґрунтується на базі цілої низки теорій і методів, серед яких психоаналітичні теорії, аналітична психологія, символічно-інтеракціоністська теорії, теорія структуралізму та структурного функціоналізму, культурна та соціальна системологія.

Аналітична психологія. Дослідження та напрацювання в цьому напрямі гуманітарного знання стосуються передусім напрацювань К.Г. Юнга та його послідовників [4, с. 8–11]. Серед важливих ідей, що мають теоретико-методологічну цінність, варто зазначити низку понять, що висвітлюють проблеми індивідуального та колективного несвідомого. Варто відзначити внесок К.Г. Юнга в нове осмислення понять архетипу, символу, самості, символізму снів, символізму епосу різних народів, зокрема через релігійну та міфологічну творчість. Це дозволяє поглянути крізь призму колективного несвідомого на продукти українського епосу, отже, на ті структури, що мають латентний характер, проте продовжують виконувати свою формувальну роль. Також варто згадати про розроблення автором типології особистості, де відзначаються інтровертні, екстравертні й амбівертні спрямування особистості, за наявності чотирьох наборів функцій та їхній різноманітній комбінації домінування – від провідної до архаїчної [9]. Ця типологія має на меті бути інструментом класифікації особистості, водночас її значущість полягає в можливості завдяки цій класифікації проводити аналіз персонажів легенд, отже, соціотипи, що мають пріоритетне значення для української культури.

Серед багатьох робіт послідовників К.Г. Юнга варто відзначити дослідника Е. Ноймана, який розглядає психологічні стадії розвитку особистості та міфологічні стадії еволюції свідомості [4]. Він аналізує численні міфи та легенди, епоси різних цивілізацій, що базуються

на численних літературних, археологічних джерелах, розглядає розвиток свідомості через міфологічні сюжети таких цивілізацій, як Єгипет, Вавилон, Індія, Греція й інші, намагається з'ясувати взаємозв'язок між індивідуальною і колективною, трансісторичною психічною дійсністю, будує стадіальну схему розвитку свідомості, що прямує від зародкового стану свідомості, яка має індифирентну природу, до подальшого розвитку диференційних можливостей колективної й індивідуальної психіки [4].

Психоаналітичні теорії. Напрацювання психоаналітичних теорій використовуються вибірково, через окремі термінологічні конструкти, що мають ужиток у полі розгляду соціальних інтеракцій як того поля розгляду проблематики міфу, що поєднується з наступним напрямом, який ближчий до соціологічних теорій, а саме – символічним інтеракціонізмом, щодо якого буде зазначено нижче. Нині психоаналітичний вимір деякою мірою теж має свої підстави, особливо коли йдеться про розгляд взаємодії персонажів розглянутих легенд. Це більш вузький погляд на проблему, проте не втрачає актуальності через те, що паттерни поведінки відображені в легендах, що засвоюються через процеси інкультурації та соціалізації, можуть відтворюватися й через аспекти сексуальної культури, сфера якої, однак, розглядається як пошук у сфері соціології ґендеру.

Важливі поняття, що розроблені ще З. Фройдом, – поняття еросу і танатосу як категорій потягу до життя та смерті [7, с. 143], які в інтерпретації українського епосу розглядаються як окремі інтеракції в сюжетах українського епосу. Це вказує на дуальність мотивацій персонажів, які мають на меті інтегративні та дезінтегративні потенції. Також в разі індивідуальних інтеракцій персонажів українського епосу можливе використання психоаналітичної типологізації окремих персонажів для огляду тінізацій тих чи інших характерів та, відповідно до них, типово специфічних механізмів адаптації й відтворення, дезадаптацій й відчуження. Одним із використаних джерел, що має систематизовану базову інформацію стосовно психоаналітичного аналізу, є монографія Н. Мак-Вільямс [3].

Символічно-інтеракціоністські дослідження. Важливо згадати ідеї деяких ключових представників символічного інтеракціонізму, назву якому дав Г. Блумер, як і публікацію зібраних напрацювань його наставника Дж.Г. Міда, який зробив важливий внесок у розвиток цього напряму. Дж.Г. Мід відзначав важливу роль процесу символічної комунікації індивіда із соціальним середовищем. Для цієї комунікації він використовує такі елементи, як знак, жести та значущі символи. Останні властиві, на його думку, лише людям, дають початок мові, а отже, абстрактному мисленню, що відрізняє людську інтеракцію від інтеракції тварин. Символічна взаємодія виконує соціоформувальну роль, отже, має велике значення у процесі соціалізації індивіда. Ця соціоформувальн роль стає можливою завдяки ментальному

співвіднесенню індивіда через погляд на себе «очима іншого», що дає початок такому поняттю, як «ідентичність». Ідентичність індивіда у процесі гри обирає між засвоєнням та відторгненням символічного вмісту, а звідси і процесу інтеграції/дезінтеграції суспільних структур [1]. Процес символічної інтеракції не замкнутий, отже, усі учасники соціальної взаємодії в нормальному стані комунікації обробляють і формують символи.

Ідеї Дж.Г. Міда дозволяють розглядати матеріал українського епосу як деякою мірою певної міри динамічний процес, вимір соціальної взаємодії як обміну символів соціальних акторів дозволяє говорити, що сприйняття символічного вмісту епосу не варто вважати цілковито статичним.

Коли йдеться про символічний інтеракціонізм, варто відзначити ідеї Е. Гофмана, погляди якого були спрямовані на соціальну взаємодію як свого роду театральне дійство. Тобто те, що авторами, зазначеними вище, розглядалося як обмін символічними змістами, Е. Гофман розглядає як формування соціального фасаду через зміну, у різних ситуаціях, соціально прийнятних «масок» та переважно несвідомий процес цієї театральної вистави, у чому полягає драматичність соціальності. Також у роботах цього автора йдеться про поняття стигматизації, що послуговує каральним заходом у низці випадків маргінальних суб'єктів інтеракції, які не приймають умови театральної поведінки соціального оточення [1].

Ідеї Е. Гофмана дозволяють розглянути інтеракції персонажів українського епосу, розгляд експектацій, того внутрішнього значення їхнього функціонування/дисфункціонування.

Структуралістські дослідження. Початкове формування методологічних засад структуралізму зазвичай пов'язують з іменем Ф. де Соссюра. Важливими ідеями структуралізму варто вважати уявлення про культуру як знакову систему, значення якої можна пізнати через вивчення корпусу текстів окремої культури. Погляди структуралізму також відзначають необхідність дослідження внутрішніх структур видимих явищ, їхні розбіжності. Також структуралізм вказує на такі особливості культуротворення, як символотворення, основу якого закладає мова [2, с. 789–794].

Структурний функціоналізм. Дослідження цього напряму соціологічних теорій також мають теоретико-методологічну цінність для цієї роботи, оскільки вони дозволяють здійснювати моделювання соціальних процесів на вищих рівнях соціальної реальності. Це дозволяє поглянути на соціальні структури в історичному вимірі, що, звісно, спричиняє труднощі через високий рівень абстрактності і ширших узагальнень [5, с. 552–553].

З авторів, що сприяли значному розвитку цього напряму, варто відзначити Т. Парсонса, уведення ним такого поняття, як «зразок поведінки». Він проводить взаємозв'язок між нормативною поведінкою

та тією культурною, соціальною, індивідуальною інформацією, що в ній міститься. Іншими важливими теоретичними напрацюваннями, що сприяли подальшому розвитку цього напряму, є розроблення автором моделі задоволення потреб індивідів та спільнот завдяки чотирьом функціям та спеціалізованим підсистемам, через які здійснюється саморегуляція різних суспільств [5, с. 552–553].

Роботи Р. Мертона, послідовника Т. Парсонса, дозволили подолати певну частину критицизму інших дослідників щодо теорій останнього. Розробка Р. Мертоном теорій середнього рівня дозволила полегшити емпіричну валідизацію низки більш абстрактних теоретичних напрацювань Т. Парсонса, щоправда, завдяки звуженню предмета дослідження. Варто згадати також про таке поняття, уведене Р. Мертоном, як «дисфункція», завдяки якому можна проводити розмежування між соціальними функціями, які існують відкрито та приховано [5, с. 553–554].

Культурна та соціальна системологія. У працях Ю. Романенка розроблена культурна та соціальна системологія, що має інструментарій для аналізу соціальних явищ і процесів. Серед важливих напрацювань автора варто розглянути систему «культура – соціум – психіка – тіло» та явище рекурсії на різних рівнях соціальної системи (мікро-, мезо-, макрорівні), а також актуалізацію проблематики аутопоейзису соціальної системи українського суспільства. Автор використовує і вдосконалює напрацювання представників функціоналізму та неофункціоналізму, аналізує українську соціальну реальність [6].

Варто згадати і такі елементи поняттєво-категоріального апарату, як еротична культура й танатофілічна культура [6, с. 103]. Завдяки дослідженню автора встановлено, що українська культура належить до другого типу, їй властиві культуропатичність та соціопатичність [6, с. 140].

Статтю присвячено розв’язанню проблеми окреслення предметного поля соціології українського епосу як субгалузі соціології мистецтва.

Мета статті. Метою дослідження є побудова описово-аналітичної схеми зв’язку між українською ідентичністю та символьно-архетиповими складниками сюжетів українських легенд.

Виклад основного матеріалу. Аналіз поняття «архетип» дозволяє виділити найважливіші варіанти його інтерпретацій, що виражаються в термінах «архетип», «локально-культурний архетип», «універсальний архетип», простежити логіку взаємодії цих трьох понять. Категорії «архетип», «культурний архетип» і «універсальний архетип» актуалізуються у класичній, некласичній та постнекласичній соціології та міждисциплінарних дослідженнях, показують розвиток соціогуманітарної думки від соціокультурного монізму, у контексті якого архетипи інтерпретовано як наскрізні трансісторичні структури, до культурного плюралізму, у контексті якого культурні архетипи інтерпретовано як культурно-локальні глибинні структури, та культурного

полілогізму, з позицій якого архетипи аналізуються і як загальнолюдські, і як етноспецифічні структури культури та суспільства.

Спектр інтерпретацій категорії «архетип» у сучасному соціологічному та міждисциплінарному дискурсі досить широкий: у полі натуралізму, соціал-дарвінізму та соціобіології архетип розглядається як біологічний феномен, який співвідноситься з інстинктом; у герменевтиці його інтерпретовано як первісний сенс, початкове значення тексту; у постпозитивізмі архетипи утворюють основу для типів наукового мислення, моделей наукового пізнання; у феноменології розуміються як трансцендентальна схема й інтенція; у прагматизмі сформульовано розуміння архетипу як інструменту пристосування до навколишнього середовища, способу оптимізації дій; в аксіології архетип розглянуто як ціннісну домінанту, яка забезпечує спадкоємність, єдність і різноманіття культурного розвитку; у структурному функціоналізмі архетипам відповідають інститути, створені суспільством у відповідь на необхідність задоволення базових потреб; у структуралізмі та постструктуралізмі під архетипом розуміється базова структура, структурний фундамент культури, який формує її мову та граматику колективного несвідомого; в еволюціонізмі та неоеволюціонізмі сформульовано розуміння архетипу як еволюційно сформованого на рівні несвідомого комплексу, соціокультурної універсалії; у культурно-історичному підході архетип інтерпретовано як унікальну основу тієї чи іншої локальної культури; у теорії самоорганізації (синергетика) архетип розглянуто як тенденцію, яка співвідноситься з поняттям «соціальний атрактор», алгоритм світоустрою, який виступає системоутворювальним чинником соціальності.

Символ може бути визначений як одна з форм презентації архетипів у колективних уявленнях. Символи відрізняються як від архетипів, так і від соціальних уявлень. Від архетипів вони відрізняються перервністю і візуальною наочністю, тому один архетип може бути представлений у множині символів. Так, у сюжетах проаналізованих автором українських легенд певна множина символів ідентичності українства розкриває окремі його архетипи. Ідеться про зв'язок символів природи та міфологічних образів (річка, калина, бджоли, чаклунка-босорка, мавка) з архетипом великої матері, символів гори та сходження на гору, чужинців – з архетипом великого батька, образів-символів ініціацій (випробувань) чоловіків жінками – архетипом вічного підлітка, едельвейса – з архетипом Творця / Бога тощо.

Українська ідентичність в епічних сюжетах розкривається через архетип великої матері (у жінок), архетип вічного підлітка (у чоловіків), архетип аніми (жіноче начало в чоловіків), архетип анімуса (чоловіче начало в жінок), архетип тіні (вияви нереалізованого культурного потенціалу в неприйнятних просторово-часових контекстах), архетип трікстера (пройда, який руйнує будь-яку визначеність та вносить хаос в узвичаєні прояви життя).

Розподіл маскулінного-фемінного в українській ідентичності відбувається за сценарієм підпорядкування маскулінного-фемінному. Жіночі персонажі в сюжетах легенд є представленими не стільки образами звичайних дівчат, скільки їхніми материнськими функціями, архетипом великої матері, який в українській культурі виражається, зокрема, через символізм Богоматері, а також жінки-войовниці. Це підтверджується і тим фактом, що чоловіча частина ідентичності тінізується, а чоловік з архетипу героя переходить в архетип підлітка, що виражає культурний та соціальний сценарій злиття великої матері з героєм та перетворення героя в українському чоловікові на тінь великої матері.

У символах українських легенд виявляються етноспецифічні особливості ідентичності, однією з яких є сакральність та гіпногенність жіночого/материнського образу. Така сакральність та гіпногенність у сюжетах легенд на рівні їх несвідомого сприйняття може впливати на формування типово української феміноцентричності в чоловіків, сприяти їхній буденній фемінізації – можливим напрямом впливу архетипу великої матері для реципієнтів епічних сюжетів може ставати поступова імагінація з подальшим розмиванням кордонів етнічної ідентичності та засвоєння сценаріїв жертвоприношення героїв, як і неминучості поразки.

Висновки і пропозиції. Здійснено аналіз поняття «архетип», що дозволило вирізнити найважливіші варіанти його інтерпретацій: універсалістську, локально-соціокультурну й універсалістсько-етноспецифічну, яка поєднує універсалістську та локально-соціокультурну інтерпретації.

Зроблено висновок про те, що вищезазначені інтерпретації відбивають розвиток соціогуманітарної думки від соціокультурного монізму, у контексті якого архетипи інтерпретовано як наскрізні трансісторичні структури, до культурного плюралізму, у контексті якого культурні архетипи інтерпретовано як культурно-локальні глибинні структури, та культурного полілогізму, з позицій якого архетипи аналізуються як загальнолюдські та як етноспецифічні структури культури та суспільства.

Сформульовано положення, згідно з яким архетипи визначено як форми кристалізації соціально-історичного досвіду спільноти, у яких виявляються дві тенденції впливу на соціальні уявлення та соціальну поведінку: тенденції до упорядкування соціальних уявлень та тенденції до нав'язливого повтору минулого без осмислення відповідних соціальних помилок і хиб у соціальній поведінці. Наголошено на тому, що зазначене значною мірою стосується культурних архетипів українства, які в сюжетах українських легенд є представленими як сценарії узвичаєння хаотичних процесів у суспільстві.

Запропоновано визначення символу як однієї з форм презентації архетипів у соціальних уявленнях. Наголошено на відмінностях

символів як від архетипів, так і соціальних уявлень, зокрема в аспектах відмінностей від архетипів (перервністю і візуальною наочністю), що дає можливість візуалізувати один архетип у множині символів. У зв'язку із зазначеним констатовано, що в сюжетах проаналізованих у роботі українських легенд певна множина символів ідентичності українства розкриває окремі його архетипи.

Констатовано відмінності символів від соціальних уявлень в аспекті розгорнутості та вербалізованості останніх на рівні буденної свідомості. Наголошено на тому, що, хоча більшість символів є вербалізованими й позначеними в сюжетах легенд, далеко не всі вони співвідносяться із соціальними уявленнями, що пояснюється зв'язком ідентичності українства з різними культурними системами.

Саме тому одні символи в легендах є центральними й осьовими, а інші – периферійними. До центральних символів проаналізованих у роботі сюжетів легенд можна віднести образи жінок та символи природи (переважно рослинного світу та природних стихій). До периферійних символів можна віднести образи чоловіків та чоловічих дій (практик), які виявляються вторинними, узалежненими, віктимізованими або марнотними в порівнянні із жіночими.

Визначено особливості української ідентичності, яка розкривається в різноманітних символах та поведінкових проявах героїв легенд. В українській ідентичності, яка презентована в архетипах та символах окремих легенд, виявляються поведінкові особливості, пов'язані з архетипами великої матері (у жінок), вічного підлітка (у чоловіків), аніми (вияви жіночого начала в чоловіків), анімуса (вияви чоловічого та героїчного начала в жінок), тіні (вияви нереалізованого культурного потенціалу в неприйнятних просторово-часових контекстах), трікстера (пройда, який руйнує будь-яку визначеність і вносить хаос в узвичаєні прояви життя).

Сформульовано положення, згідно з яким українська ідентичність у символах і архетипах окремих українських легенд презентована як емоційна (схильна до переважання неспрямованої активності над спрямованою, ситуаційних та імпульсивних дій над цілеспрямованими); індивідуалістична й атомізована (схильна до усамітнення, самоізоляції й емоційного соліпсизму); фаталістична (така, що визнає владу неминучої необхідності, її превалювання над свободою вибору); імагінальна (така, що є схильною до заміщення реальної дійсності образами уяви та фантазування); віктимна (як у чоловічих, так і в жіночих персонажів у сюжетах легенд виявлено поведінкову прихильність до переважання фаталістичного жертвоприношення над поведінковим опором та тиском ворожого середовища).

Визначено та схарактеризовано ґендерні особливості презентації архетипів та символів у сюжетах окремих українських легенд. Є підстави констатувати, що розподіл маскулінного-фемінного в українській ідентичності відбувається в сюжетах українських легенд

за сценарієм підпорядкування маскулінного фемінному. Жіночі персонажі в сюжетах окремих легенд є представленими не стільки образами звичайних дівчат, скільки їхніми материнськими функціями, архетипом великої матері, який в українській культурі виражається, зокрема, через символізм Богоматері, а також жінки-войовниці. Це підтверджуєтьсяй особливістю сюжетів, у яких чоловіча частина ідентичності тінізується, а чоловік з архетипу героя переходить здебільшого в архетип підлітка, що виражає культурний та соціальний сценарій злиття героя з великою матір'ю та його перетворення на тінь великої матері.

Сформульовано висновок, відповідно до якого в символах окремих українських легенд виявляються етноспецифічні особливості ідентичності, однією з яких є сакральність та гіпнотичність жіночого/материнського образу для чоловічої психіки. Така сакральність та гіпнотичність, у сюжетах окремих легенд, на рівні їх несвідомого сприйняття може формувати відповідні соціальні уявлення в реципієнтів українського епосу та впливати на формування типово української феміноцентричності в чоловіків, сприяти їхній буденній фемінізації, лідерським якостям у жінок. Зазначене може сприяти збереженню інфантильних якостей у структурі ґендерного характеру чоловіків.

Сформульовано висновок, згідно з яким можливим напрямом впливу архетипу великої матері на реципієнтів епічних сюжетів чоловічої статі може ставати поступова імагінація з подальшим розмиванням кордонів етнічної ідентичності й засвоєння сценаріїв жертвоприношення героїв, як і неминучості їхньої поразки.

Список використаної літератури

1. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация Пер. с нем. / под общ. ред. Н. Головина, В. Козловского. Санкт-Петербургпб : Алетейа, 2000. 272 с.

2. Философский словарь / И. Андрущенко и др. Киев : А.С.К., 2006. 1056 с.

3. Мак-Вильямс Н. Психоаналитическая диагностика: Понимание структуры личности в клиническом процессе. Пер. с англ. Москва, 2007. 480 с.

4. Нойманн Э. Происхождение и развитие сознания. URL: https://s.siteapi.org/2cd07656e85af28.ru/docs/783bc37c68230800a0e2347fb3d062ab7bf8f341.pdf.

5. Социологический словарь / под ред. Г. Осипова и др. Москва : Норма ; Инфа-М, 2010. 608 с.

6. Этническая идентичность : социосистемологическое измерение геополитики : монография / Я. Зоська и др. ; ред.-коорд. Ю. Романенко Киев : Меркьюри-Подолье, 2016. 552 с.

7. Смит Н. Современные системы психологии. Пер. с англ. / под общ. ред. А. Алексеева. Санкт-Петербург, 2003. 384 с.

8. Юнг К.Г. Психология бессознательного. Пер. с англ. Москва : Когито-Центр, 2006. 352 с.

9. Юнг К.Г. Символическая жизнь. Пер. с англ. 2-е изд. Москва : Когито-Центр, 2010. 326 с.

10. Юнг К.Г. Структура психики и архетипы. Пер. с нем. Т. Ребеко. 4-е изд. Москва : Академический проект, 2015. 328 с.

11. Юнг К.Г. Aion. Пер. с англ., лат. Москва ; Киев : Рефл-бук ; Ваклер, 1997. 336 с.

Koren Ye. R. Ukrainian identity in the visual symbols of the epic (part 1)

An analysis of the concept of "archetype" was made, which allowed to distinguish the most important variants of its interpretations: universalist, local-sociocultural and universalist-ethnospecific, which combines universalist and local-sociocultural interpretations.

It is concluded that the above interpretations reflect the development of socio-humanitarian thought from socio-cultural monism, in the context of which archetypes are interpreted as end-to-end transistoric structures, to cultural pluralism, in the context of which cultural archetypes are interpreted as cultural-local deep structures. archetypes are analyzed as universal, and as ethnospecific structures of culture and society.

A provision is formulated according to which the Ukrainian identity in the symbols and archetypes of individual Ukrainian legends is presented as emotional (prone to the predominance of undirected activity over directed, situational and impulsive actions over purposeful); individualistic and atomized (prone to loneliness, self-isolation and emotional solipsism); fatalistic (one that recognizes the power of inevitable necessity and its prevalence over freedom of choice); imaginary (one that tends to replace reality with images of imagination and fantasy); victim (both male and female characters in the plots of the legends revealed a behavioral attachment to the predominance of fatalistic sacrifice over the behavioral resistance and pressure of the hostile environment).

The conclusion is formulated, according to which the symbols of some Ukrainian legends reveal ethnospecific features of identity, one of which is the sacredness and hypnotism of the female / maternal image for the male psyche. Such sacredness and hypnotism, in the plots of some legends, at the level of their unconscious perception, can form appropriate social ideas in the recipients of the Ukrainian epic and influence the formation of typical Ukrainian femininocentrism in men, contributing to their everyday feminization and leadership qualities in women. This can contribute to the preservation of infantile qualities in the structure of the gender character of men.

Key words: *archetype, symbol, culture, identity, Ukrainian identity, Ukrainian epic.*

УДК 316.74 (477.64)
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.3

Л. А. ЛЯПІНА
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри соціології,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

М. О. МІНЦ
кандидат історичних наук,
доцент кафедри теорії та методики фізичного виховання,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

А. В. КУЛЬГАВА
магістрант за спеціальністю «Соціологія»,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

СТУДЕНТСЬКА МОЛОДЬ: ДО ПРОБЛЕМИ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ПОРТРЕТА

Стаття присвячена розгляду характеристики соціального портрета сучасної студентської молоді. Теоретично обґрунтовано поняття «студент», «студентська молодь», «студентське середовище», виокремлено соціально-психологічні особливості студентства як соціальної групи.

У вступі визначено актуальність проблеми дослідження, яка полягає в тому, що, по-перше, студенти, як і всі молоді люди, натепер відчувають на собі кардинальні зміни в економічному і соціально-політичному житті, що відбуваються вельми стрімко; по-друге, ціннісні орієнтації молоді перебувають на стадії формування, навіть після формування має пройти деякий час для здобуття стійкості, тому наявна велика залежність від різних зовнішніх чинників; по-третє, студенти і молодь цікаві як покоління, яке незабаром посяде місце основної суспільної продуктивної сили, отже, їхні цінності та переваги будуть суттєво визначати цінності та переваги суспільства загалом.

Здійснено огляд наукових джерел, у яких висвітлюються різні грані студентської проблематики, як в історичному контексті, так і на сучасному етапі.

Об'єктом дослідження є студентська молодь як соціальна група, предметом – соціальний портрет сучасного студента, у якому відображаються інтереси, ціннісні орієнтири, матеріальні можливості і плани на майбутнє студентів.

В основній частині статті розглянуто сучасні методологічні підходи до проблеми типології студентства; проаналізовано професійну спрямованість студентської молоді. Виявлено специфічні характеристики, що відрізняють студентську молодь від інших соціальних груп. Висвітлено особливості

© Л. А. Ляпіна, М. О. Мінц, А. В. Кульгава, 2021

сучасного становища студентської молоді. Доведено, що сучасне студентство є прямим породженням соціальних умов, що постійно змінюються, постмодерністських ситуацій, які характеризуються невизначеністю, «розмитістю» цінностей, недовірою до науки, відсутністю глибоких світоглядних основ.

У висновках узагальнено викладений матеріал, сформульовано авторське бачення перспектив подальших досліджень у рамках аналізованої проблеми.

Ключові слова: *студентська молодь, соціальний портрет, соціальна група, студентський вік, студентський період життя, студентське середовище, професійна спрямованість.*

Постановка проблеми. Інтерес до студентства завжди був властивий соціологам, оскільки саме для даної соціальної групи характерні соціальна мобільність, неоднорідність етнічного і класового складників усіх основних характеристик і проблем молоді. Будучи специфічною соціальною спільнотою, студентська молодь тісно пов'язана з іншими соціальними спільнотами, верствами населення, поділяє їхні проблеми. Суспільство активно впливає на студентство, адже майбутнє суспільства насамперед залежить від молоді.

Актуальність теми соціальних характеристик студентів як соціальної групи, студентських орієнтацій, вибору й інтересів пояснюється змінами цінностей сучасної студентської спільноти.

Інтерес соціологів до ціннісних переваг досліджуваної соціальної групи має декілька причин:

– по-перше, студенти, як і всі молоді люди, натепер відчувають на собі кардинальні зміни в економічному і соціально-політичному житті, що відбуваються вельми стрімко;

– по-друге, ціннісні орієнтації молоді перебувають на стадії формування, навіть після формування має пройти деякий час для здобуття стійкості, тому спостерігається велика залежність від різних зовнішніх чинників;

– по-третє, студенти і молодь цікаві як покоління, яке незабаром посяде місце основної суспільної продуктивної сили, отже, їхні цінності та переваги істотно будуть визначати цінності та переваги суспільства загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До основних проблем досліджень у рамках виокремлення соціальних характеристик студентської молоді в Україні нині відносять: економічні проблеми молоді (даному питанню присвячені роботи І. Лукінова, Ю. Пахомова, В. Урчукіна й інших); процеси соціалізації й інтеграції, життєвого самовизначення молоді (окремі аспекти цих питань розглядаються в наукових працях Л. Сокурянської, Є. Головахи, О. Балакірєвої, О. Швидкої); питання взаємодії студентської молоді із соціальними інститутами; соціальні орієнтації молоді у сферах економіки, політики, культури (даній проблематиці присвячені наукові доробки О. Вишняка,

М. Чурилова, С. Макєєва, В. Пічі), рівень і спрямованість соціальної активності; формування і структуру ціннісних орієнтацій, життєвих планів (ці проблеми висвітлені в дослідженнях Л. Ази, О. Вишняка, Є. Головахи, В. Матусевича, В. Оссовського, М. Чурилова); проблеми життєвого самовизначення, досягнення життєвого успіху (розглядаються у працях Л. Сохань, Є. Головахи, О. Балакірєвої, І. Мартинюка).

Щодо саме соціального портрета, то в сучасній соціологічній літературі приділяється досить уваги цьому питанню. Інтерес становлять роботи таких авторів, як: А. Кузеванова, В. Моторін, Н. Ніколюкіна, А. Решетніков, В. Вікторов та інші. У їхніх працях особлива увага приділяється теоретико-методологічним аспектам соціально-психологічного портрета тієї чи іншої соціальної групи, що, звісно, проблему не вичерпує, але дозволяє здійснити критичний аналіз і сформувати позицію, яка відповідає сучасному рівню розвитку соціології.

Вивченню соціального портрета сучасного студента серед українських і закордонних науковців приділили досить уваги В. Бех, В. Андрущенко, А. Ярошенко, А. Вишняк, Н. Крохмаль, Н. Чурилов, А. Іванова, С. Макєєв, Т. Лисовський, М. Карпенко, І. Мартинюк та інші.

Мета статті – теоретичне обґрунтування понять, сутності та характеристики соціального портрета студентської молоді; виявлення соціально-психологічних особливостей студентства як соціальної групи.

Виклад основного матеріалу. Кожне суспільство на певному етапі свого розвитку можна діагностувати на предмет не тільки сучасних трансформацій із виявленням ключових тенденцій, а й майбутнього, оскільки молоде покоління є потенційним носієм обличчя майбутнього суспільства.

Особливе значення в даному прогностичному процесі відводиться студентській молоді як майбутній інтелігенції, від якої залежить розвиток найважливіших соціальних сфер: освіти, культури, управління, економіки, політики тощо. В умовах соціальних трансформацій і турбулентності практично завжди студентська молодь виявляється в більш складній ситуації, ніж старші покоління.

У перекладі з латинської мови термін «студент» означає «той, хто ретельно працює» тобто той, хто опановує знання. У всі часи дане поняття не тільки визначало рід занять студента, а й охоплювало припущення щодо життєвих планів цієї категорії молоді, стилю життя, кола інтересів, манери поведінки та матеріального становища. Саме такі характеристики й формують образ студента, що властивий певній епосі; із плином часу деякі з них змінилися, проте деякі залишилися [1, с. 176].

Кожного зайнятого процесом пізнання називали студентом у Стародавньому Римі та в епоху Середньовіччя. У XII ст. із започаткуванням діяльності університетів термін «студент» уживали щодо тих,

хто в університетах навчався (до речі, спочатку і до тих, хто викладав) [2, с. 201].

Отже, з відкриттям перших вищих навчальних закладів у XI–XII ст. в Європі виникає студентство як соціальна група, яка наділена всіма якостями, що властиві молоді. Проте студентство має особливості, зокрема соціальний престиж, оскільки більшість студентів розуміють, що одним із засобів соціального просування є вищий навчальний заклад.

Соціальний портрет студента сучасного вишу – це набір соціальних, психологічних, економічних і політичних настанов, а також культурних цінностей, якими керуються студенти у процесі науково-дослідницької та дозвільної діяльності. Найчастіше набір цих характеристик починає розвиватися в людині ще в ранньому віці, а настанови прищеплюють у різних соціальних інститутах.

Основним інститутом постає, звичайно ж, інститут сім'ї, оскільки саме становище сім'ї в суспільстві, її повнота, матеріальний стан, а також деякі професійні і творчі начала є основоположними під час вибору людиною її майбутнього життєвого шляху.

Наступними інститутами, які впливають на формування соціального портрета особистості, є інститути освіти. Передусім це дошкільна освіта (дитячий садок, підготовчі групи і гуртки, секції, де дитина шукає в собі творчі здібності та розвиває їх). Потім у виховний процес і формування особистості вступають школа і коледж, де дитина переживає підлітковий період, знаходить нових друзів, заглиблюється у свої інтереси. Нарешті, заключним інститутом у системі освіти є вищий навчальний заклад, де людина формує професійні навички і здобуває знання для того, щоб визначитися з подальшою професією і виявити для себе основні настанови і цілі. Безумовно, навіть за функціонування цих інститутів інститут сім'ї залишається дуже важливим і впливовим.

Соціальний портрет студента передбачає розгляд його не тільки як об'єкта навчально-педагогічного процесу, але також як активного соціального суб'єкта, який реалізує свої орієнтації за допомогою здобуття освіти і подальшого працевлаштування, бажано за фахом.

Студентство є особливою соціальною групою, що утворюється, як уже було зазначено вище, з різних соціальних прошарків суспільства, для якої характерні особливі умови праці, життя, побуту, особлива суспільна психологія та поведінка. Для студентства здебільшого єдиним і головним заняттям є набуття знань і формування навичок для майбутньої роботи [3, с. 15].

Порівняно з іншими групами молоді студентів вирізняють такі характеристики:

- велике бажання набуття знань;
- вищий освітній рівень;
- поєднання соціальної й інтелектуальної зрілості;
- високий рівень соціальної активності.

За час професійної підготовки у вищому навчальному закладі студент не тільки освоює конкретну спеціальність, а й виробляє для себе певну життєву філософію, знаходить деяку систему цінностей. Цей процес глибоко індивідуальний і зумовлений багатьма чинниками. Студентський контингент різноманітний і об'єднує різні категорії, групи, сегменти молоді. І все ж спробуємо виявити якісь типові тенденції у пріоритетах цінностей студентів.

На нашу думку, сучасна студентська молодь повинна мати високий рівень прагнення до особистісно-професійного самоствердження, творчий потенціал, активний інтерес до практичної участі в соціальних перетвореннях, індивідуальне ставлення до різних сторін життя країни, власні соціальні орієнтації. А від того, які настанови будуть переважати у студентському середовищі, які пріоритети вибере для себе молодь, залежить майбутнє країни.

Проте генерація сучасних студентів характеризується сукупністю особистісних і соціальних особливостей. На відміну від покоління, яке представлене професорсько-викладацьким складом, вони є продуктом абсолютно іншої соціальної реальності. Зазвичай сучасні молоді люди проявляють постмодерністський тип поведінки і споживацьке ставлення до освіти, що найчастіше погано поєднується із традиційною схемою викладання у вищій школі.

Сучасне студентство є прямим породженням соціальних умов, що постійно змінюються, постмодерністських ситуацій, які характеризуються невизначеністю, «розмитістю» цінностей, недовірою до науки, відсутністю глибоких світоглядних основ тощо [4].

Особиста думка і споживчий інтерес в умовах постмодерну набагато сильніше впливають на формування ціннісної системи і практику повсякденних рішень, ніж цінності традиційні, як-от релігія та наука.

Якщо вища освіта загалом ґрунтується на цінностях Нового часу (модерн) і нерозривно пов'язана з такими поняттями, як «оптимізм», «пізнаваність істини», «наука» і «розум», то постмодерн більш схильний до песимізму. Він абсолютно не визнає авторитетів, проголошує, що істина для кожного своя, ставить особисту думку і перевагу вище істини, а особистий досвід – вище науки і розуму.

Показником суб'єктності студента може бути його творча, самостійна, цілеспрямована діяльність, яка підкріплюється особистою відповідальністю індивіда, здатного відповідати за свої дії та їхні соціальні наслідки, готового ризикувати. Відповідно до типу діяльності можна виокремити інноваційну, комунікативну, продуктивну й іншу суб'єктність. Водночас важливо розрізняти справжню та псевдосуб'єктність (т. з. «тусовочну»), яка, по суті, імітує активну діяльність [5].

Досить типовою в постмодерністському суспільстві є фігура яппі, що позначає молодого професіонала, студента, який мешкає в місті. Це представник середніх верств населення, без «інтелігентських комплексів», який насолоджується всіма благами цивілізації. Більш поширеною

є фігура «зомбі» – запрограмованої істоти, яка не має особистісних якостей і не здатна мислити самостійно. Вона живе одним днем, для неї головним є фінансовий і професійний успіх якомога скоріше та за будь-яку ціну [5, с. 74].

Більшість авторів, які досліджують проблеми студентства, уважають, що сучасній студентській молоді притаманні такі характеристики:

– зростання самосвідомості та прагнення обстоювати власну думку. Розвиток самосвідомості веде до формування і зміцнення критичності мислення і появи феномену самовиховання. Серед регуляторів поведінки студентів на перше місце висувається самооцінка. Систематизація уявлень про себе, спроби зрозуміти своє «его», визначити своє призначення, сенс свого життя виробляються через самоаналіз і через відносини з оточенням (звідси потреба у спілкуванні). Вироблення індивідом правильних відносин до світу, власних світоглядних принципів неможливі без формування Я-концепції. Однак «самість» не означає незалежності від впливів середовища. Адже саме вона є рушійною силою, що забезпечує засвоєння соціально-історичного досвіду і реалізацію закладених природою можливостей особистості. Середовище, у якому перебуває людина, молода, яка ще формується, і поготів, украй важливе для активізації її потенціалу, задоволення потреби в самоствердженні. Тому абсолютно необхідно всередині кожного вищого навчального закладу створювати і підтримувати атмосферу, що сприяє успішному розвитку майбутніх фахівців-професіоналів і громадян;

– споживацьке ставлення до життя, оскільки багато студентів прагнуть негайного задоволення своїх бажань; у ситуації, коли й освіта переходить на модель відносин «виробник – споживач», частина студентів, забуваючи про істинні цілі освітньої діяльності, намагаються сформувати з вищим навчальним закладом відносини за формулою «Я плачу за навчання, а ви надайте мені знання (а частіше – просто диплом);

– орієнтація на розваги, яка для деяких студентів не завжди узгоджується із кропіткою роботою та старанністю, що для здобуття фундаментальної вищої освіти так необхідні; за мінімуму зусиль молодь хоче отримувати хороші оцінки; освітні стандарти падають, серед студентів спостерігається інертність;

– нестриманість бажань, які, відповідно до постмодерністських настанов, потребують негайного задоволення, і для цього всі необхідні умови має надати середовище;

– скептицизм, падіння довіри до традиційних джерел знань і авторитетів, унаслідок чого студенти піддають сумніву істинність навчального матеріалу, більшого значення надають особистому досвіду, що деяким чином ускладнює процес навчання, одним із принципів якого є об’єктивність;

– цинізм, оскільки сучасні студенти здебільшого не довіряють

інститутам держави, засобам масової інформації, релігії та бізнесу; це поширюється і на інститут освіти;

– інтелектуальна байдужість, оскільки надзвичайно мало часу сучасні студенти проводять за підручниками; лише ті навчальні предмети привертають їхню увагу, які безпосередньо стосуються майбутніх заробітків. Зрозуміло, що сучасна молодь має доступ до широкого обсягу інформації, але відрізнити важливе від другорядного часто не здатна [6; 7, с. 145].

Висновки і пропозиції. Усе вищевикладене дозволяє переконатися в тому, що сучасне покоління студентів, яке виросло у специфічних умовах постмодерністьскої епохи, приходить до вищого навчального закладу зі своїми особливостями і запитами. Щоб майбутній фахівець зміг набути необхідних компетенцій, опанувати соціальні й інтелектуальні навички, бути затребуваним у сучасному суспільстві і на ринку праці, необхідно чітко уявляти основні властивості сучасного студентства, ураховувати особливості його соціалізації в контексті постмодерних трансформацій, що дозволить переглянути зміст та методи вищої освіти, змінити атмосферу навчання, щоб сприяти успіху студентів.

Викладач, безумовно, має визнавати за студентом право власного вибору, кожну особистість «приймати» у її неповторному вияві. Особливість становища сучасного студентства полягає в тому, що дана соціальна група постає як суб'єкт суспільного життя, який водночас перебуває у процесі свого становлення.

Список використаної літератури

1. Соціологія : словник термінів і понять / за ред. Є. Біленького, М. Козловця. Київ, 2006. 346 с.

2. Гончаренко С. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 376 с.

3. Плугатар О. Молодь як соціальна група: визначення, соціально-демографічні характеристики і перспективні напрямки дослідження. *Сучасні проблеми науки та освіти.* 2015. № 2. С. 11–17.

4. Выпускник вуза в современном социокультурном пространстве : монография / авт. кол. : Е. Подольская и др. ; под общ. ред. Е. Подольской. URL: http://dspace.nua.kharkov.ua:8080/jspui/handle/123456789/29.

5. Нагорний Б., Яковенко М., Яковенко А. Студентство і сучасність. Київ : Арістей, 2005. 160 с.

6. Шеховцов С. Новая университетская образовательная модель. Главные противоречия и некоторые обоснования. *Через формы к смыслам : О новой университетской образовательной модели.* URL: http://www.yuriьafanasiev.ru/forms/model.html.

7. Студент XXI века: социальный портрет на фоне общественных трансформаций : монография / под общ. ред. В. Астаховой. Харьков : Изд-во НУА, 2010. 405 с.

Liapina L. A., Mints M. O., Kulhava A. V. Student youth: to the problem of characteristics of social portrait

The article is devoted to the consideration of the characteristics of the social portrait of modern student youth. The concepts of "student", "student youth" and "student environment" were theoretically substantiated, singled out the social and psychological characteristics of students as a social group.

The introduction defined the relevance of the research problem, which is that, firstly, students, like all young people, today are experiencing dramatic changes in economic and socio-political life, which are happening very rapidly. Secondly, the value orientations of young people are in the process of formation and even after the formation, it must take some time to gain stability, and therefore there is a great dependence on various external factors. And, thirdly, students and young people are interesting as a generation, which will soon take the place of the basic social productive force, which means that their values and preferences will seriously determine the values and benefits of society as a whole.

It was conducted review of scientific sources, in which highlights various aspects of student issues, both in the historical context and at the present stage.

The object of study is student youth as a social group, subject – a social portrait of a modern student, which reflects the interests, values, financial capabilities and plans for the future of students.

The modern methodological approaches to the problem of student typology were considered in the main part of the article. The professional orientation of student youth is analyzed. Revealed specific characteristics that distinguish student youth from other social groups. The peculiarities of the current situation of student youth are highlighted. It is proved that modern students are a direct product of constantly changing social conditions, postmodern situations, which are characterized by uncertainty, "blurred" values, distrust of science, lack of deep worldviews.

Regarding the conclusions, the presented material was generalized, the author's vision of prospects of further researches within the limits of the analyzed problem was formulated.

Key words: *student youth, social portrait, social group, student age, student period of life, student environment, professional orientation.*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 37.091.8: 305
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.4

К. А. АГАЛАРОВА
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та політології,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Н. А. ЛЯШЕНКО
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та політології,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ: ҐЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

У статті розглядаються ґендерні аспекти проблеми соціальної активності сучасного студентства. Зазначено, що соціальна активність виступає як характеристика діяльності молоді. Підкреслюється, що всі звичні поведінкові реакції молодих людей, їхні емоційні й когнітивні характеристики тісно пов'язані з ґендерною ідентичністю. Зазначається, що спостерігається залежність між ґендерною ідентичністю та соціальною активністю чоловіків та жінок. Також підкреслюються важливість і необхідність соціальної активності студентства як чинника діяльності молоді, її самодіяльності та добровільної діяльності, як те, що поєднує особистість і суспільство. У зв'язку із цим у статті обґрунтовується необхідність соціологічного вивчення проблематики соціальної активності з погляду ґендерних аспектів, яке дасть змогу з'ясувати характер соціальної активності студентської молоді, а також визначити її особливості в різних соціально-демографічних групах.

У статті доведено, що міра бажання стати активною людиною майже однакова в чоловіків і жінок, але сфери діяльності, у яких чоловіки та жінки себе бачать та бажають стати активною людиною, відрізняються, це появ'язано з наявністю ґендерних відмінностей (у ставленні до участі в різноманітних громадських організаціях, проєктах, прояві на позиціях виконавця або керівника тощо). Зроблено висновок, що бажання опитаних студентів стати більш соціально активною людиною перевищую середнє значення, а розвиток соціальної активності дозволяє чоловікам і жінкам подолати

© К. А. Агаларова, Н. А. Ляшенко, 2021

рамки традиційних ґендерних ролей, сприяє більш ефективній взаємодії з оточенням і досягненню самореалізації. Встановлено, що соціальна активність, незалежно від ґендерної приналежності, пояснюється передусім реалізацією наявного в себе потенціалу, у налагодженні корисних соціальних зв'язків, накопиченні практичного досвіду в обраній сфері діяльності.

Ключові слова: *соціальна активність, ґендер, ґендерні відмінності, студентство.*

Постановка проблеми. У нових умовах розвитку суспільство детермінує зростання ролі соціальної активності студентів, оскільки від цього залежить ефективне здійснення їхніх соціально-професійних функцій і ролей, що забезпечує освоєння і прийняття ними суспільних цінностей та ідеалів, розвиток форм і засобів їх реалізації в поведінці, у праці, образі життя. Студентська молодь, яка володіє освітніми, культурними, інноваційними ресурсами, через свій молодий вік не має досвіду їх реалізації, тому потребує соціальної підтримки у своєму професійному становленні, гарантії працевлаштування з боку суспільства та держави. Варто зазначити, що всі звичні поведінкові реакції молодих людей, їхні емоційні та когнітивні характеристики тісно пов'язані з ґендерною ідентичністю. З одного боку, соціальна активність студентів дозволяє їм, як чоловікам, так і жінкам, подолати рамки традиційних ґендерних ролей, сприяє більш ефективній взаємодії з оточенням і досягненню самореалізації. З іншого боку, соціальна активність визначається ґендерною ідентичністю студентів.

Є багато наукових досліджень, присвячених вивченню проблеми соціальної активності особистості в соціології, психології, педагогіці. Приділено увагу проблемі активності особистості у працях закордонних авторів (Дж. Диоі, П. Наторп, Г. Кершенштейнер, А. Лай, А. Нейл, С. Френе, Л. Кольберг та інші), де розглядається формування особистості у процесі соціалізації людини, її розвиток через практичну діяльність.

Соціальна активність особистості вивчається на різних рівнях. Розробляються її: методологічний аспект (К.А. Абульханова-Славська, Е.А. Ануфрієв, Г.С. Ареф'єва, Т.П. Богданова, А.П. Петров та інші); соціальний аспект (А.С. Капто, Т.С. Лапіна й інші); психологічний аспект (Б.Ф. Ломов, В.Г. Маралів та інші); педагогічний аспект (А.Н. Ломов, Т.Н. Мальковська, Г.В. Мухаметзянова, В.Ш. Масленникова, В.А. Ситаров, В.А. Сластьонін, Ю.П. Сокільників та інші).

Теоретичні розробки про ґендерні стосунки представлені у працях класиків: А. Адлера, К. Хорні, З. Фрейда, К. Юнга. Дослідження в області ґендерних відмінностей проводили: В.В. Абраменкова, І.В. Трошев, К. Жаклін, Є.П. Ільїн, В.Є. Каган, І.С. Кона, Т.І. Репіна, Г.В. Турецькаї, Дж. Хайд, Т.І. Юферева. Великий внесок у вивчення ґендерних проблем за кордоном зробили вчені: Р. Ангер, С. Бем, Ш. Берн, К. Гілліган, Е. Маккобі, М. Хорнер та інші; в Україні – О.Л. Бєссонова,

О.Л. Козачишина, А.П. Мартинюк, К.В. Піщікова, О.М. Холод, О.І. Горошко, А.В. Кириліна, В.В. Потапов та інші.

Дослідження в області формування соціальної активності особистості у вітчизняній науці проводились досить активно в умовах радянської освітньої системи на базі шкіл, вишів, дитячих і юнацьких громадських організацій А.С. Капто, Б. Г. Лихачовим, Т.Н. Мальковською, В.Г. Маралівим, В.Г. Мордковичем, В.А. Ситаровим, В.А. Сластьоніним та іншими. Водночас накопичена в теорії і методиці формування соціальної активності особистості сукупність ідей і конкретних рішень не враховує своєрідності сучасної соціальної ситуації повною мірою. Проведений теоретичний аналіз наукової літератури свідчить, що в ній розкриваються окремі аспекти досліджуваної проблеми. Основна увага приділяється розвитку соціальної активності школярів (Д.Д. Вишневський, В.В. Зінченко, Н.Ю. Наркевич, В.П. Ростовський та інші), студентів у системі вищої освіти (М.А. Андреєва, С.В Груніна, В.А. Єльцова, М.В. Колесникова, О.І. Норець та інші). Низка авторів досліджували формування соціальної активності студентів коледжу у процесі інтеграції навчання і виховання (О.В. Ареф'єва, О.Ю. Нісман, З.М. Тепсаєва), за допомогою організації соціокультурного середовища і додаткової освіти студентів (О.В. Борисова, Р.І. Желбанова, Е.М. Кандаліна, Е.М. Харланова й інші).

Водночас майже немає робіт, що розкривають ґендерні аспекти проблеми соціальної активності студентів. Актуальність і недостатня розробленість зазначених аспектів визначили мету цієї статті.

Мета статті – визначення ґендерних особливостей соціальної активності студентів.

Виклад основного матеріалу. Соціальна активність виступає однією із провідних якостей молодої людини, передумовою гармонізації її відносин із суспільством, державою, стабілізує єдність цілей суспільного і державного розвитку. Участь студентів у життєдіяльності суспільства на сучасному етапі багато в чому залежить від міри розвитку в них соціальної активності. Соціальна активність виступає як характеристика діяльності молоді, її самодіяльності та добровільної діяльності, як те, що з'єдную особистість і суспільство.

Соціальна активність студента – властивість особистості, що дозволяє їй здійснювати реалізацію різних соціально значущих видів діяльності у процесі професійного становлення з метою зміни себе, довкілля, соціуму відповідно до власних позитивних ціннісних орієнтацій і завдань суспільного розвитку [1, с. 85].

Поняття «ґендер» віддзеркалює складний соціокультурний процес конструювання суспільством відмінностей у чоловічих і жіночих ролях, поведінці, ментальних і емоціональних характеристиках, і сам результат – соціальний конструкт ґендеру [2, с. 6]. Важливим елементом конструювання ґендерних відмінностей є їх поляризація

й ієрархічна супідрядність, коли маскулінне автоматично маркується як пріоритетне і панівне, а фемінне – як вторинне і підлегле.

Стан нестійкості, перехідності, кризовості суспільного розвитку змінює форми прояву соціальної активності у студентської молоді й зумовлює необхідність вивчення її особливостей, чинників, суперечностей. Саме це зумовило актуальність проведення емпіричного дослідження із цієї проблематики, яке дало змогу з'ясувати характер соціальної активності студентської молоді, а також визначити її особливості в різних соціально-демографічних групах: чоловіків та жінок, проведеного дослідницькою групою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (далі – НТУ «ХПІ») у 2019 р.

Результати дослідження показали, що опитані чоловіки і жінки по-різному оцінюють свою соціальну активність. Більший відсоток чоловіків уважають себе соціально активними, ніж відсоток жінок. Дві третини жінок уважають себе не соціально активними, тоді як так уважають тільки кожний десятий чоловік.

Аналіз даних дослідження показав, що наявні ґендерні відмінності у ставленні до участі в різноманітних громадських організаціях, проєктах. Більший відсоток жінок, ніж чоловіків, беруть участь у громадських організаціях та соціальних проєктах. Але дві третини чоловіків беруть участь у молодіжному самоврядуванні.

Отримані дані дозволили з'ясувати рівень соціальної активності студентів за їхніми самооцінками. Самооцінка здійснювалась за семибальною шкалою. Середні значення самооцінки чоловіків дещо відрізнялися від оцінок жінок. У жінок така оцінка дорівнюються 3,8, у чоловіків 3,3. Якщо порівняти самооцінки чоловіків та жінок різних курсів, то можна спостерігати таке: як у чоловіків, так і в жінок найвища самооцінка на 3–4 курсах, найнижча – на 1–2 курсах. Гіпотеза про те, що чоловіки оцінюють свій рівень соціальної активності вище, ніж жінки, не знайшла підтвердження у процесі дослідження. Порівняння самооцінок чоловіків та жінок, які навчаються за різними формами навчання, показало, що особливої різниці немає. Як чоловіки, так і жінки, що навчаються за бюджетною формою, оцінили свою активність дуже низько.

Данні дослідження показали, що бажання опитаних студентів стати більш соціально активною людиною перевищую середнє значення. Міра бажання стати активною людиною майже однакова в чоловіків і жінок. Оцінка своє міри бажання підвищити соціальну активність має відмінність у респондентів різних статей, які навчаються за бюджетом та за контрактом. Серед чоловіків-бюджетників більше тих, хто хотів би підвищити свою активність.

Важливим є знання чинників соціальної активності та неактивності студентів. Вдалося встановити, що передусім респонденти пояснюють свою активність так: реалізовую наявний у себе потенціал, налагоджую корисні соціальні зв'язки, накопичую практичний досвід в обраній сфері діяльності.

Жінкам властива соціальна активність у зв'язку з необхідністю налагоджувати корисні соціальні зв'язки, реалізовували наявний у себе потенціал, брати участь за компанію. Чоловікам більш властиво накопичування практичного досвіду, приємне проведення часу з такими, як вони самі, реалізація наявного потенціалу. Гіпотеза стосовно того, що більшість чоловіків, ніж жінок, уважають, що участь у громадських організаціях, соціальних проєктах дає можливість накопичувати практичний досвід, підтвердилась частково. Це припущення стосується тільки чоловіків. Гіпотеза стосовно того, що основними чинниками соціальної активності студентів обох статей є активна громадянська позиція найближчого оточення (друзі, родина), також знайшла часткове підтвердження. Вона підтвердилась тільки для жінок.

Серед тих, хто не брав участі в жодних громадських організаціях, тобто мав слабку соціальну активність, дві третини респондентів розглядають таку можливість. Причому всі жінки вважають для себе це можливим. У чоловіків таких виявилось менше половини. Не дозволило брати участь у діяльності громадських організацій, на думку жінок, передусім їх безоплатна основа та незнання взагалі про існування громадських організацій. Чоловікам завадила взяти участь у діяльності громадських організаціях значно більша кількість причин: «у нас немає громадських організацій, соціальних проєктів, які б мене зацікавили; участь у громадських організаціях, соціальних проєктах зазвичай не оплачується; не маю на це досить вільного часу; не маю належних знань, навичок».

Висновки. Аналіз ґендерних відмінностей у формах прояву соціальної активності показав, що всі активні жінки брали участь у науково-дослідних організаціях. Також вони були активнішими, ніж чоловіки в участі в організаціях культурно-розважального спрямування. Активнішими жінки були в участі у студентських громадських організаціях (на кшталт студентського самоврядування), у волонтерських об'єднаннях. Екологічні організації також для жінок були більш затребуваними, ніж для чоловіків. У чоловіків більше, ніж у жінок, були затребувані політичні організації та військово-патріотичні об'єднання.

Виявилось, що всі активні жінки, беручи участь в названих вище організаціях, проявляли свою активність на позиціях виконавця отриманих завдань. Серед чоловіків більшість брали участь в організаціях як керівники організації, проєкту, або на позиції виконавця отриманих завдань. Гіпотеза про те, що найбільш поширеними формами прояву соціальної активності чоловіків є участь у політичних заходах, у жінок – у культурно-розважальних, цілковито підтвердилась.

Отже, ми бачимо, що, незважаючи на ґендерні відмінності, розвиток соціальної активності дозволяє чоловікам і жінкам студентської молоді подолати рамки традиційних ґендерних ролей, сприяє більш ефективній взаємодії з оточенням і досягненню самореалізації.

Список використаної літератури

1. Мурзіна А.В., Солодюк Н.В. Соціальна активність особистості студентської молоді – пріоритетний напрям розвитку українського державотворення. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика.* 2012. Вип. 4. С. 82–87.

2. Особливості ґендерних комунікативних культур у військовому середовищі. URL: https://philology.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/.

Agalarova K. A., Liashenko N. A. Peculiarities of social activity of students: gender aspect

The article considers gender aspects of the problem of social activity of modern students. It is noted that social activity acts as a characteristic of youth activity. It is emphasized that all the usual behavioral reactions of young people, their emotional and cognitive characteristics are closely related to gender identity. It is noted that there is a relationship between gender identity and social activity of men and women. It also emphasizes the importance and necessity of social activity of students as a factor, the activities of young people, their activities and voluntary activities, as something that unites the individual and society. In this regard, the article substantiates the need for sociological study of social activity in terms of gender aspects, which will clarify the nature of social activity of student youth, as well as to identify its features in different socio-demographic groups.

The article proves that the degree of desire to become an active person is almost the same for both men and women, but the areas of activity in which men and women see themselves and want to become an active person are different and this is due to the existence of gender differences. to participate in various public organizations, projects, manifestations in the positions of performer or leader, etc.). It is concluded that the desire of the surveyed students to become a more socially active person is above average, and the development of social activity allows men and women to overcome the framework of traditional gender roles, promotes more effective interaction with the environment and self-realization. It is established that social activity, regardless of gender, is explained primarily by the realization of existing potential, in establishing useful social ties, the accumulation of practical experience in the chosen field of activity.

Key words: *social activity, gender, gender differences, students.*

УДК 316.332
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.5

О. О. ДЕЙНЕКО
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціології,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

АКСІОСТРАТЕГІЇ ЗГУРТОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА: ЦІННІСНА ГОМОГЕННІСТЬ, ЦІННІСНА ГЕТЕРОГЕННІСТЬ ЧИ «ВІДМОВА ВІД ЦІННОСТЕЙ»?

Стаття присвячена аналізу особливостей позиціонування цінностей у концепціях соціальної згуртованості, що сформовані в межах політичного й академічного дискурсів її вивчення. У процесі дослідження особливостей «присутності» ціннісного складника в дефініціях соціальної згуртованості автор здійснює аналіз переваг та недоліків двох концепцій – ціннісної гомогенності та ціннісної гетерогенності. Недоліком обох автор визначає відсутність визначення методологічного статусу цінностей, коли останні виступають чи то компонентом, чи то чинником посилення соціальної згуртованості. Підсумовано, що «спільні цінності», на необхідності формування яких наголошують представники концепції ціннісної гомогенності, можуть мати амбівалентний характер стосовно соціальної згуртованості (тобто як послаблювати, так і посилювати її, чи мати різну спрямованість свого впливу на макро- та мезосоціальних рівнях). Перспективним убачається синтез концепцій ціннісної гомогенності та гетерогенності, коли «спільними цінностями» мають стати саме «цінності згуртованого суспільства». Автор підсумовує, що моніторинг інтеріоризації українцями «цінностей згуртованості» та визначення ступеня їхньої «спільності» ідентифікуватиме соціокультурне підґрунтя потенційного стану соціальної згуртованості в Україні. У методологічній площині автор обґрунтовує доцільність «відходу від цінностей» у теоретичній концептуалізації та емпіричній операціоналізації соціальної згуртованості та подальшому дослідженні кореляційного зв'язку з конкретними наборами цінностей. Водночас підкреслено, що «виведення» ціннісного компонента з дефініції й емпіричної операціоналізації соціальної згуртованості не позбавляє моделі дослідження соціальної згуртованості ціннісного підґрунтя, що унеможливлює редукування та відмову від соціокультурної природи феномену соціальної згуртованості. У подальших дослідженнях автор убачає доцільним застосовувати диференціацію цінностей (як «спільних цінностей», так і «цінностей згуртованості») на такі, що декларуються та реалізуються. Застосування такої типології дозволить виокремлювати два стани соціальної згуртованості – потенційний (побудований на декларативних цінностях) та реальний (актуалізований), що враховує реалізацію задекларованих цінностей у практичній площині.

Ключові слова: *соціальна згуртованість, спільні цінності, цінності згуртованості, аксіостратегія, ціннісна гомогенність, ціннісна гетерогенність.*

© О. О. Дейнеко, 2021

Постановка проблеми. В умовах глобалізації, світової пандемії та стрімкого розвитку сучасних інформаційних технологій збереження соціальної згуртованості українського суспільства та пошук державою успішних «формул» забезпечення її відтворення являє собою надактуальне завдання для спільної роботи науковців та посадовців. До чинників актуалізації дослідження соціальної згуртованості українського суспільства варто додати семирічний контекст війни, анексію Криму та наявність населення, що перебуває на тимчасово непідконтрольних Україні територіях Донбасу і Криму. Усе це робить феномен соціальної згуртованості не лише актуальною темою для наукових досліджень, але й онтологічним стрижнем відтворення сучасного українського суспільства. Проте комплексні дослідження проблематики соціальної згуртованості[1], як і розроблення нормативних актів на рівні держави, що мали б на меті її підтримання та посилення, поки відсутні в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Воночас дослідження соціальної згуртованості як соціального феномену та соціологічної категорії досить поширені в західних наукових студіях ще з кінця 80-х рр. Ознайомлення з роботами Дж. Дженсон [2], П. Бернарда [3], Дж. Чана [4], Р. Бергер-Шмітт [5] засвідчує, що соціальна згуртованість – це складний, багаторівневий та різноаспектний феномен, що має унікальний методологічний статус, виступає водночас самостійним вектором державної соціальної політики (на національному та наднаціональному рівнях) та науковим концептом, що перебуває у фокусі дослідження сучасних соціологів. Така двоїста природа соціальної згуртованості зумовила формування двох дискурсів її дослідження – політичного й академічного (за Дж. Чаном [4]).

Зважаючи на численні спроби дефінування соціальної згуртованості, у наукових студіях оформились окремі методологічні підходи до її дослідження. Так, дослідники Р. Ендрю, С. Джільке та С. Девал виокремлюють два підходи до розуміння соціальної згуртованості, перший із яких заснований на наявності спільних норм та цінностей, що пов'язують людей у межах спільноти, а другий характеризує фактичну якість соціальних відносин між цими людьми [6]. К. Халс і В. Стоун узагальнюють підходи до визначення поняття «соціальна згуртованість» і виокремлюють три сфери його застосування. Перша сфера – соціальні відносини повсякденного життя, що характеризують соціальний капітал. Друга – зменшення відмінностей, розколів та нерівностей між соціальними групами. Третя сфера постає більшою, ніж сукупність наведених вимірів, включає культурний аспект. Вона окреслює норми, що лежать в основі «зв'язків, що пов'язують» людей, формують почуття спільної мети, спільної ідентичності, спільних цінностей [7]. Так, соціокультурний підхід до розуміння соціальної

[1] *Винятком є дослідження київських соціологів, здійснене у 2017 р. (докладніше: [1]).*

згуртованості є одним із центральних у її дослідженнях, що актуалізує увагу до вивчення місця і ролі аксіофеноменів у забезпеченні соціальної згуртованості сучасних суспільств. У практичній площині така дослідницька стратегія дозволяє шукати відповіді на питання, які соціальні цінності потрібні для формування згуртованого суспільства.

Мета статті. Метою даної роботи є аналіз особливостей позиціонування цінностей у різних концепціях соціальної згуртованості, що сформовані в межах політичного й академічного дискурсів її вивчення.

Виклад основного матеріалу. Ціннісна площина досить часто «присутня» у визначеннях соціальної згуртованості. У дефініціях дослідники найчастіше апелюють до категорії «спільних цінностей» (shared values) на макрорівні суспільства, проте не розкривають конкретного переліку таких цінностей. Так, аналітики Мережі соціальної згуртованості визначають останню як «постійний процес розвитку канадської спільноти, побудованої на основі спільних цінностей, спільних викликів та рівних можливостей, що сформовані на засадах почуття довіри, надії та взаємодопомоги серед усіх канадців» [8, с. 3]. Це визначення дає розуміння того, що соціальна згуртованість конструюється на засадах спільних цінностей, тобто останні є її онтологічним стрижнем та необхідною умовою виникнення.

Своєрідне пояснення такого стану речей знаходимо в моделі п'яти дихотомій соціальної згуртованості, розробленої дослідницею Мережі соціальної згуртованості – Дж. Дженсон. Однією з виокремлених нею дихотомій є *«приналежність – ізоляція»*, де полюс приналежності формують спільні цінності та колективні ідентичності, що дозволяють відчувати себе частиною соціальної спільноти. Ще одна вісь, що стосується ціннісної площини, – *«прийняття – неприйняття»,* яка засвідчує значущість плюралізму думок і терпимості до розмаїття як засад формування соціальної згуртованості [2]. В іншій своїй роботі Дж. Дженсон у співавторстві з К. Бове суттєво розширює перелік складників соціальної згуртованості, серед яких «спільні цінності» мають ключову позицію. На думку дослідниць, соціальна згуртованість характеризується наявністю спільних цінностей та громадянської культури, заснованої на взаємоповазі; соціального контролю, заснованого на спільних цінностях тощо [9].

Функціональну роль «спільних цінностей» розкривають у своєму дослідженні інші закордонні науковці – Е. Кернс та Р. Форрест. Вони визначають згуртоване суспільство як таке, у якому «члени поділяють спільні цінності, що дозволяє їм визначати спільні цілі та завдання, а також поділяти загальний набір моральних принципів і кодексів поведінки, за допомогою яких формуються їхні відносини один з одним» [10, с. 997]. Це визначення встановлює зв'язок між рівнем ціннісних орієнтацій (як засвоєних цінностей соціальних суб'єктів) та соціальними практиками, розкриває синтетичну природу феномену соціальної згуртованості. Заслугою цих дослідників варто визнати і те, що вони

надають соціальній згуртованості «людське обличчя», тобто розглядають її не як атрибут соціальної структури, а як результуючу практик соціальних суб'єктів. На відміну від більшості інших дослідників, Е. Кернс та Р. Форрест аналізували особливості формування соціальної згуртованості на рівні локальних спільнот (сусідства, мегаполісів), що суттєво розширило дослідницький простір цього феномену.

Наведені вище визначення соціальної згуртованості, що побудовані довкола феномену спільних цінностей, на думку Д. Шифера та Дж. Нолл, варто віднести до такої аксіостратегії згуртованого суспільства, як ціннісна гомогенність [11]. Прихильники цього підходу припускають, що ціннісний консенсус посилює злагоду соціальних взаємодій завдяки загальним взаємним нормам та зразкам поведінки. Цей підхід відповідає парсонівській традиції погляду на соціальну систему, у якій ціннісні зразки, що поділяються соціальними суб'єктами, можуть сприяти подоланню ціннісних суперечностей між окремими групами, мінімізують конфлікти [12]. На користь цього підходу варто навести і концепцію культурних форм Л. Іоніна [13], що пояснює існування та відтворення соціальних спільнот, поєднаних, серед іншого, спільним доктринальним ядром – системою ідей, цінностей, поглядів на життя тощо. Водночас такий підхід викликає чимало зауважень, коли йдеться про макрорівень суспільства, динамічна природа якого зумовлює динамізм системи цінностей. По-перше, дана концепція засвідчує свою обмеженість, зважаючи на актуалізацію феномену ціннісної амбівалентності, що властива сучасним транзитивним суспільствам, коли ціннісні феномени суспільства являють собою сукупність різних, іноді діаметрально протилежних цінностей (докладніше у [14]). По-друге, залишається незрозумілим, про який набір цінностей ідеться та який ступінь спільності вони мають презентувати. Як слушно зазначає М. Рокич, «схожі цінності, носіями яких є люди, мають для кожного різну значущість» [15, с. 3], отже, наявність спільних цінностей у суспільстві не визначає спільної міри їхнього визнання та значущості для різних соціальних суб'єктів. До того ж досягнення спільних цінностей у сучасних суспільствах ускладнює зростання соціального розмаїття, як на цьому наголошують Дж. Дженсон [2] та П. Бернард [3]. По-третє, чимало питань виникає до тлумачення поняття «спільні цінності», яке розробники дефініцій соціальної згуртованості не пов'язують із конкретним кількісним вимірюванням. На нашу думку, з відомих у науковому дискурсі типологій, побудованих на основі критерію поширеності, поняттю «спільні цінності» найбільше відповідає категорія «загальноприйняті цінності» (які ще називають «ядром» ціннісної структури), визначають їх як такі, що приймає та поділяє абсолютна більшість (понад 70%) населення [16]. По-четверте, дана концепція не враховує особливості природи соціальної згуртованості, яка може формуватись у двох протилежних площинах – як орієнтація на спільне благо чи взаємна вигода (об'єднання

заради чогось – «позитивна згуртованість»[2] за О. Ярською-Смірновою [17]) та як соціальне закриття у відповідь на загрозу (об'єднання проти чогось – «негативна згуртованість»[3]). Залежно від пріоритетності цих стрижнів набір «спільних цінностей» може суттєво відрізнятись.

У зв'язку із цим надважливою є конкретизація «спільних цінностей», оскільки деякі з них – наприклад, цінності досягнення чи влади (за Ш. Шварцем [18]), можуть, насправді, підривати згуртованість, будучи побудованими на засадах переваг однієї людини над іншими. Як слушно зазначає Дж. Дженсон, занадто активна відповідність цінностям може бути соціально невигідною і суперечити принципам свободи та поваги до інших культур [2]. На підтвердження цього зазначимо, що в матеріалах Канадської конференції «Встановлення зв'язків: культура та соціальна згуртованість у новому тисячолітті» постіндустріалізм, постматеріалізм і постмодернізм розглядаються як сили, що розривають та фрагментують соціальні відносини, а в соцієтальних масштабах активізують соціальну дезінтеграцію [19]. Останній висновок орієнтує нас на те, що варто виокремлювати цінності, що, набуваючи статус «спільних», насправді можуть послаблювати соціальну згуртованість. Продовжуючи цю логіку, зазначимо, що логічно визначати і такі цінності, що можуть її посилювати (тобто бути визнані як «цінності згуртованого суспільства»). Проте визначені нами групи цінностей є діалектично динамічними: як влучно підкреслює Л. Сокурянська, в умовах транзитивних суспільств цінності, що інтегрують, можуть стати такими, що диференціюють, і навпаки [14]. У нашому випадку актуально наголосити, що «спільні цінності», що здатні послаблювати соціальну згуртованість на рівні суспільства загалом[4], можуть набувати ознак «цінностей згуртованості» на рівні окремих соціальних спільнот та груп[5].

Номінацію «цінностей соціальної згуртованості» пропонує російська дослідниця О. Ярська-Смірнова. В аналізі документів Ради Європи (зокрема, «Нова стратегія соціальної згуртованості») як один

---

[2] *Наприклад ідея буття нації для покращення рівня спільного добробуту на макросоціальному рівні.*

[3] *Ідея об'єднання нації довкола вирішення спільної проблеми – світової пандемії.*

[4] *Такі цінності, як індивідуалізм та «права особистості проти держави», що визнані спільними цінностями на рівні нормативних актів Великобританії, не сприяють готовності допомагати іншим на рівні соціальних настанов (яку ми розглядаємо більшою мірою як маркер колективістських цінностей), а отже, радше послаблюють соціальну згуртованість).*

[5] *Наприклад, прояв індивідуалізму в контексті значущості захисту своїх прав проти держави, що їх порушує, виступає стрижнем гуртування окремих соціальних спільнот, оскільки активізує практики громадського протесту.*

із показників[6] соціальної згуртованості дослідниця виокремлює поширеність цінностей згуртованості – «життєвого світу», що характеризується «якістю неформальних мереж, відносинами довіри, колективними базовими знаннями і почуттям солідарності» [17]. Проте перелічені дослідницею феномени радше мають ціннісне підґрунтя, аніж визначають конкретний набір цінностей, що можуть бути визнані як «цінності згуртованості».

Як підсумовують Д. Шифер та Дж. Нолл, у концептуальних дебатах щодо ціннісного виміру соціальної згуртованості останнім часом помітний зсув від акценту на консенсусі щодо стилю життя, вірувань та цінностей до розуміння, що соціальна згуртованість має спиратись на прийняття різноманіття та конструктивну роботу з відповідними конфліктами [11]. Прихильники підходу ціннісної гетерогенності стверджують, що замість ціннісного консенсусу суспільство має сприяти конструктивному співіснуванню індивідів, які мають відмінні ціннісні орієнтації, а отже, відтворюють на соцієтальному рівні ціннісно гетерогенне суспільство, яке водночас є згуртованим [20; 21]. Прихильники цього підходу шукають відповідь на питання про те, які цінності потрібні для підтримки конструктивного співіснування соціальних суб'єктів із різними ціннісними орієнтаціями. Один із варіантів відповіді знаходимо у визначенні соціальної згуртованості, яке наводить К. Фонсека: «постійний процес розвитку добробуту, почуття приналежності та добровільної соціальної участі членів суспільства, водночас розвитку спільнот, *які толерують та сприяють множинності цінностей та культур*, а також надання водночас рівних прав та можливостей» [22, с. 246].

Незважаючи на те, що нині в науковому дискурсі відсутній сформований набір «цінностей згуртованого суспільства», найчастіше йдеться про прийняття різноманіття, на чому наголошує Рада Європи, та цінності, що є суміжними, – повагу, толерантність та людяність [21], мультикультуралізм [22], реціпроктність (взаємність) [2]. Утілення підходу ціннісної гетерогенності найчастіше можна побачити в нормативних документах міжнародних організацій. Зокрема, згідно з позицією ПРООН, соціальна згуртованість вказує на «толерантність та повагу до інституційного, соціального та індивідуального різноманіття, заснованого на сприйнятті гідності кожної людини, рівних прав для всіх та доступу до соціальних механізмів для їх просування та захисту» [23, с. 14]. На наше переконання, застосування визначених цінностей згуртованості є ефективною стратегією розбудови соціальної згуртованості на мегасоціальному рівні міждержавних союзів чи об'єднань, оскільки такі цінності дозволяють конструювати доктринальний

[6] *Ще два показники соціальної згуртованості, наведені у Стратегії, представлені якістю життя (добробуту) населення та соціально вразливих груп та внеском інституційних акторів (докладніше див.: [17]).*

стрижень для об'єднання «різнорідного». Водночас цінності згуртованості не є культурно універсальними та можуть варіюватись залежно від соціокультурних особливостей національних контекстів.

Незважаючи на те, що ціннісно гетерогенний підхід більшою мірою відповідає соціокультурній динаміці сучасних суспільств в умовах глобалізації, він також не позбавлений певних методологічних зауважень. По-перше, обидва наведені підходи залишають відкритим питання щодо «статусу» ціннісного складника у взаємозв'язку із соціальною згуртованістю. Не є очевидним, чи то цінності згуртованості є необхідною передумовою її формування (чинник), чи то результатом її відтворення в суспільстві, чи безпосереднім її компонентом (складник). Встановлення методологічної визначеності в цьому зв'язку видається нам вкрай актуальним, оскільки буття в одній іпостасі унеможливлює буття в іншій.

По-друге, обидва підходи не розглядають цінності з позицій їхньої диференціації на такі, що декларуються та реалізуються. Така диференціація нам видається вкрай актуальною та методологічно евристичною, оскільки вона дозволяє виокремлювати два стани соціальної згуртованості – потенційний (що враховує декларативні цінності) та реальний (що спирається на особливості їхньої практичної реалізації).

По-третє, виокремлення певного набору цінностей згуртованого суспільства не є універсальним у «просторі та часі» і обмежує дослідника соціокультурною партикулярністю, оскільки відображає певний режим соціальної згуртованості (за Е. Гріном та Дж. Джанмаатом [24]). Так, цінності згуртованості, закріплені в документах Ради Європи, не є такими для архаїчних суспільств, де поведінка щодо «інших» не мала інклюзивного підґрунтя та не була заснована на прийнятті різноманіття, як і, наприклад для сучасних недемократичних політичних режимів. Важливо наголосити, що визначення цінностей згуртованого суспільства завжди відсилає нас до певних ідеологічних систем. У цьому зв'язку актуалізація та підтримання цінностей згуртованості є засобом відтворення певного ідеологічного режиму, що відображає сутність феномену соціальної згуртованості як інструменту конструювання соціально-політичних дискурсів.

Спираючись на аналіз даних Світового дослідження цінностей, а також результати інших досліджень і адміністративні показники, Е. Грін та Дж. Джанмаат виокремили чотири сучасні режими соціальної згуртованості, властиві різним країнам світу [24]. Серед них ліберальний, режим соціального ринку згуртованості, соціально-демократичний і азійський режими. У межах ліберального режиму особливе місце та роль «соціального цементу» відводиться толерантності до різноманіття (що засвідчує реалізацію ціннісно гетерогенного підходу). Режим соціального ринку згуртованості відрізняється від ліберального, зокрема й більшим акцентом на спільних цінностях і активною участю в національному політичному житті (тяжіння до

ціннісної гомогенності). На конкретній цінності – рівності наголошується в рамках соціал-демократичного режиму. Що ж стосується азіатського режиму, то дослідники підсумовують, що інститути та механізми побудови та підтримки соціальної згуртованості в азіатських країнах відрізняються від тих, що існують на Заході [24]. Серед ціннісних особливостей азіатського режиму в інших дослідженнях найчастіше наголошується на відмінності між індивідуалістичним західним світом та колективістським сходом / Азією [25]. Концепція виокремлення режимів соціальної згуртованості актуалізує партикуляристський підхід до аналізу цього феномену, наголошує на тому, що для кожної держави має застосовуватись власний алгоритм конструювання соціальної згуртованості, що має соціокультурні особливості. Отже, і універсальні «рецепти» конструювання соціальної згуртованості є досить обмеженими з погляду практичної реалізації.

Окрім особливостей конструювання соціальної згуртованості на мікросоціальному та мегасоціальному рівнях як складника державної політики, не менш важливим видається завдання щодо пошуку універсальної моделі дослідження соціальної згуртованості в рамках академічного підходу з перспективою крос-культурного порівняння. Дослідники, які реалізують таку мету, ухвалюють методологічне рішення про виведення ціннісного компонента з визначення та моделі емпіричної операціоналізації соціальної згуртованості. Піонером у цьому напрямі варто визначити Дж. Чана, який одним із перших наголосив на тому, що «соціальна згуртованість сама собою не має логічних зв'язків ані з лібералізмом, ані з консерватизмом, ані з будь-якими іншими системами ідеології» [4, с. 292]. Методологічною пропозицією Дж. Чана, яка набула поширення серед дослідників цього феномену (дослідження Дж. Боттоні [26] та Радара соціальної згуртованості [27]), став аналіз взаємозв'язку соціальної згуртованості (що не визначається через зазначення ціннісних компонентів) із соціокультурними (набор цінностей) та соціоекономічними чинниками.

Подальші світові емпіричні дослідження соціальної згуртованості, побудовані на застосуванні моделі Дж. Чана, засвідчили подекуди неочевидні кореляції між соціальною згуртованістю та певним набором цінностей. Так, Я. Делфі й інші дійшли висновку, що загальноприйняті азіатські культурні риси – колективізм та дистанція від влади (power distance) не є міцною основою для забезпечення соціальної згуртованості, оскільки їхня кореляція із згуртованістю є слабкою (дистанція від влади) або нелінійною (індивідуалізм/колективізм). Дослідники підсумували, що актуальність «азіатських цінностей» для забезпечення соціальної згуртованості азіатських суспільств є більш обмеженою, ніж це уявляється [28].

Незважаючи на те, що визначення соціальної згуртованості, розроблене Дж. Чаном, не містить відсилки до певних цінностей, його не можна назвати таким, що справді позбавлене ціннісного підґрунтя. На

думку Дж. Чана, соціальна згуртованість – це «стан справ, що стосується як вертикальних, так і горизонтальних взаємодій між членами суспільства, та характеризується набором настанов і норм, що включають довіру, почуття приналежності і готовність брати участь та допомагати, а також відповідні поведінкові прояви» [4, с. 290]. На наше переконання, готовність допомагати іншим як на рівні настанови, так і на рівні практичної реалізації є нічим іншим, як утіленням цінності колективізму. Схожа ситуація є актуальною і для методологічної позиції Д. Стенлі, який критикує амбівалентність концепту «спільних цінностей» та у власному визначенні уникає ціннісного складника, дефінує соціальну згуртованість як «готовність соціальних суб'єктів співпрацювати один з одним без примусу в комплексі соціальних відносин» [29, с. 9]. Проте очевидно, що така готовність до співпраці, у свою чергу, має ціннісну природу (зокрема, є переконанням у тому, що «певний вид діяльності є більш особисто або соціально прийнятним, ніж протилежний йому» [15, с. 5] – визначення поняття «цінність» за М. Рокичем). Це, у свою чергу, засвідчує соціокультурну природу соціальної згуртованості та неможливість уникнення ціннісного підґрунтя її формування та відтворення в суспільстві.

Висновки і пропозиції. Проведене дослідження засвідчило, що недоліками концепцій ціннісної гомогенності та гетерогенності є відсутність визначення методологічного статусу цінностей, коли останні виступають чи то компонентом, чи то чинником її посилення. «Спільні цінності», на необхідності формування яких наголошують представники концепції ціннісної гомогенності, можуть мати амбівалентний характер щодо соціальної згуртованості (тобто як послаблювати, так і посилювати її, чи мати різну спрямованість на макро- та мезосоціальних рівнях). Не менш проблематичним уявляється визначення універсального набору «цінностей згуртованого суспільства», оскільки останній є контекстуальним історичним, політичним та соціокультурним умовам кожної держави як соціальної системи. Аналіз моделей дослідження соціальної згуртованості, що побудовані на ідеї «виведення» ціннісного компонента з дефініції та моделі її емпіричної операціоналізації соціальної згуртованості, доводить, що вони все ж таки зберігають ціннісне підґрунтя, що унеможливлює редукування та відмову від соціокультурної природи феномену згуртованості.

З методологічного погляду нам здається доцільним запропонований Дж. Чаном «відхід від цінностей» у теоретичній концептуалізації та емпіричній операціоналізації соціальної згуртованості та подальшому дослідженні кореляційного зв'язку з конкретними наборами цінностей. Реалізація такої методології в дискурсі соціологічних досліджень може стати надійним інструментом для посилення соціальної згуртованості вже як категорії соціальної політики на рівні формування державних стратегій соціального розвитку. Для успішної роботи в цьому напрямі нам видається актуальним системний підхід, тому

у зв'язку з активною євроінтеграцією України важливим чинником підвищення ефективності цих процесів нам убачається актуалізація в українському суспільстві цінностей згуртованості, що задекларовані на рівні документів Ради Європи – прийняття різноманіття та суміжних загальнолюдських цінностей (толерантність, повага, людяність, взаємність). Реалізація такого підходу, на наше переконання, не лише сприятиме успішній соціокультурній інтеграції українців до європейського аксіопростору, але й посилюватиме соціальну згуртованість на рівні українського суспільства, зокрема й формуватиме ціннісне підґрунтя та соціокультурну «готовність» до реінтеграційних процесів, пов'язаних із поверненням Україні тимчасово окупованих територій Донбасу і Криму. Перспективним убачається синтез концепцій ціннісної гомогенності та гетерогенності, коли «спільними цінностями» мають стати саме «цінності згуртованого суспільства».

У майбутніх дослідженнях феномену соціальної згуртованості вбачається доцільним застосовувати диференціацію цінностей (як «спільних цінностей», так і «цінностей згуртованості») на такі, що декларуються та реалізуються. Ця типологія видається методологічно евристичною, оскільки дозволяє виокремлювати два стани соціальної згуртованості – потенційний (побудований на декларативних цінностях) та реальний (актуалізований), що враховує реалізацію задекларованих цінностей у практичній площині.

Список використаної літератури

1. Бондаренко М., Бабенко С., Боровський О. Соціальна згуртованість в Україні (досвід аплікації методики Bertelsmann Stiftung до даних Європейського соціального дослідження). *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2017. № 8. С. 58–65.

2. Jenson Jane. Defining and measuring social cohesion. Commonwealth Secretariat : UNRISD, November 2011. 34 p.

3. Bernard P. Social cohesion: A dialectical critique of a quasi-concept. *Lien social et Politiques*. 1999. № 41. P. 47–59.

4. Chan J., To H., Chan E. Reconsidering social cohesion: Developing a definition and analytical framework for empirical research. *Social indicators research*. 2006. № 75 (2). P. 273–302.

5. Berger-Schmitt R. Considering social cohesion in quality of life assessments: Concept and measurement. *Social Indicators Research.* 2002. № 58. P. 403–428.

6. Andrews R., Jilke S., Dewalle S. Economic strain and perceptions of social cohesion in Europe: Does institutional trust matter? *European Journal of Political Research.* 2014. № 53. P. 559–579.

7. Hulse K., Stone W. Social Cohesion, Social Capital and Social Exclusion. *Policy Studies.* 2007. Vol. 28. № 2. P. 109–128.

8. Jeannotte M. Sharon Social cohesion: Insights from Canadian research. *Presented at the Conference on Social Cohesion.* Hong Kong, November 29, 2003. URL: https://www.researchgate.net/publication/228981786_Social_cohesion_Insights_from_Canadian_research (дата звернення: 01.03.2021).

9. Beauvais C., Jenson J. Social Cohesion: Updating the State of the Research. 2002. 62 p.

10. Kearns Ade, Ray Forrest. Social Cohesion and Multilevel Urban Governance. *Urban Studies.* 2000. Vol. 37. № № 5–6. P. 995–1017.

11. Schiefer D., Noll der van J. The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review. *Social Indicators Research*. 2017. № 132. P. 579–603.

12. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения. *THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем*. 1993. № 2. С. 94–122.

13. Ионин Л. Социология культуры : учебное пособие. Москва : Логос, 1996. 280 с.

14. Сокурянская Л. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода. Харьков, 2006. 576 с.

15. Rokeach M. The nature of human values. *Free Press.* 1973. 438 p.

16. Здравомыслов А. Потребности. Интересы. Ценности. Москва : Политиздат, 1986. 223 с.

17. Ярская-Смирнова Е., Ярская В. Социальная сплоченность: направления теоретической дискуссии и перспективы социальной политики. 2017. URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2014_4/Iarskaya_Yarskaya_2014_4.pdf (дата звернення: 01.01.2021).

18. Schwartz S., Bardi A. Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective. *Journal of Cross Cultural Psychology.* 2001. № 32. P. 268–290.

19. Cultural Information and Research Centers Liaison in Europe, Canadian Cultural Research Network. *Making Connections: Culture and Social Cohesion in the New Millennium :* Conference Report. May 26–27, 2000. University of Alberta, Edmonton.

20. Social cohesion: A policy and indicator framework for assessing immigrant and host outcomes / P. Spoonley et al. *Social Policy Journal of New Zealand*. 2005. № 24 (1). P. 85–110.

21. Council of Europe. Concerted development of social cohesion indicators (Methodological guide). Strasbourg : Council of Europe Publishing, 2005. URL: https://www.coe.int/t/dg3/socialpolicies/socialcohesiondev/source/GUIDE_EN.pdf (дата звернення: 01.02.2021).

22. Xavier Fonseca, Lukosch Stephan, Brazier Frances. Social Cohesion Revisited: a New Definition and How to Characterize It. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 2019. № 32 (2). P. 231–253.

23. UNDP Bureau of Crisis Prevention and Recovery. *Community Security and Social Cohesion.* 2009. P. 14.

24. Green A., Janmaat J. Regimes of social cohesion: societies and the crisis of globalization. *Education, Economy and Society.* Palgrave Macmillan : Basingstoke, 2011. 248 p.

25. Triandis H. The Many Dimensions of Culture. *The Academy of Management Perspective.* 2004. Vol. 18. P. 88–93.

26. Bottoni G. A multilevel measurement model of social cohesion. *Social Indicators Research*. 2018. № 136 (3). P. 835–857.

27. Social Cohesion Radar: Measuring Common Ground. An International Comparison of Social Cohesion Methods Report. URL: http://aei.pitt.edu/74134/1/Social_cohesion_radar.pdf (дата звернення: 17.01.2021).

28. Social cohesion and its correlates: A comparison of Western and Asian societies / Delhey Jan et al. *Comparative Sociology*. 2018. № 17 (3–4). P. 426–455.

29. Stanley D. What Do We Know About Social Cohesion: The Research Perspective of the Federal Government's Social Cohesion Research Network. *Canadian Journal of Sociology*. 2003. № 28 (1). P. 5–17.

Deineko O. O. Axio-strategies of a cohesious society: value homogeneity, value heterogeneity or "value rejection"?

The article is dedicated to the analysis of the peculiarities of values positioning in the concepts of social cohesion, formed within the political and academic discourses of its study, in the methodological dimension of the socio-cultural approach. Exploring the features of the "presence" of the value component in the definitions of social cohesion, the author analyzes the advantages and disadvantages of two concepts – value homogeneity and value heterogeneity. As a disadvantage of both of them the author identifies the lack of definition of values methodological status, when the latter are either a component or a factor of strengthening social cohesion. It is concluded that "common values", the need for the formation of which is emphasized by the representatives of the value homogeneity concept, can be ambivalent in relation to social cohesion (both weaken and strengthen it, or have different directions of influence at the macro and meso-social levels). The synthesis of the concepts of value homogeneity and heterogeneity is seen as promising, when the "common values" should be the "values of a cohesive society". The author concludes that monitoring the internalization of Ukrainians' "values of cohesion" and determining the degree of their "commonality" will identify the socio-cultural basis of the potential state of social cohesion in Ukraine. In the methodological plane, the author substantiates the expediency of "departure from values" in the theoretical conceptualization and empirical operationalization of social cohesion and further study of the correlation with specific sets of values. At the same time, it is emphasized that "derivation" of the value component from the definition and empirical operationalization of social cohesion does not deprive the model of studying social cohesion of the value basis, which makes it impossible to reduce and abandon the sociocultural nature of social cohesion. In further studies of this phenomenon, the author considers it appropriate to apply the differentiation of values (both "common values" and "values of cohesion") to those that are declared and realized. The application of such a typology will allow to distinguish two states of social cohesion – potential (based on declarative values) and real (actualized), which takes into account the implementation of declared values in practice.

Key words: *social cohesion, common values, values of cohesion, axio-strategy, value homogeneity, value heterogeneity.*

УДК 316.346
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.6

Я. В. ЗОСЬКА
доктор соціологічних наук, професор,
професор кафедри соціології та соціальної роботи,
Маріупольський державний університет

Д. А. МАТЮХІН
кандидат соціологічних наук

А. Г. СТАДНИК
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціології та соціальної роботи,
Класичний приватний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК УМОВА КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Визначено, що умовою конструювання соціальних практик молоді виступає процес соціалізації як включення індивіда в соціальні відносини й інтеграція в соціум на основі засвоєння суспільних цінностей і норм у конкретних соціально-економічних умовах і соціокультурному контексті. В умовах соціальних трансформацій українського суспільства формування й відтворення соціальних практик молоді набуває специфічних рис і особливостей у різних соціально-культурних полях і просторах: по-перше, з одного боку, вони стають більш індивідуалізованими й диференційованими, з іншого – вступають у суперечність із різними ціннісно-нормативними системами; по-друге, аномія як стан нестабільного суспільства ускладнює процес відтворення усталених форм соціальних практик, провокує поширення моделей девіантної поведінки; по-третє, посилення консьюмеризації соціальної поведінки й соціальних практик індивідів, сенс якої полягає у сповідуванні такої ієрархії цінностей, де найвищі позиції посідає споживання; по-четверте, основні ідеї постмодерного суспільства сприяють відтворенню в соціальних практиках таких властивостей, як фрагментарність, невизначеність, плюралістичність і диференційованість структури соціальної дії та взаємодії. Поведінкові й активно-діяльнісні прояви життєвого стилю відображають єдину інтенцію різних соціальних практик, які виступають як «фрейм» і «схема інтерпретації» соціальної поведінки та взаємодії, що дає змогу представити соціальні практики молоді як результат її стилежиттєвих орієнтацій і способу життя на основі інтеріоризованих цінностей, норм, настанов та моделей соціальної поведінки.

Молодь є особливою соціокультурною групою, найбільш чутливою до засвоєння соціальних практик, що відбувається в період активної соціалізації

© Я. В. Зоська, Д. А. Матюхін, А. Г. Стадник, 2021

індивіда через інкорпорацію цінностей, норм, соціальних настанов і входження у простір соціальної взаємодії.

Для молоді характерні такі процеси, як: психофізіологічне дозрівання, входження в соціум, професійне навчання та професійне становлення, освоєння соціальних норм, ролей, позицій, набуття ціннісних орієнтацій і соціальних настанов за активного розвитку самосвідомості, творчої самореалізації, постійного особистого вибору власного індивідуального життєвого шляху.

Доведено, що процес соціалізації є умовою конструювання соціальних практик індивіда, сутністю якого є включення в соціальні відносини та соціальну взаємодію, що пов'язано із соціальною адаптацією, а також індивідуалізацією соціально-психологічних настанов і поведінкових патернів.

Ключові слова: *соціальні практики, молодь, регіон, соціальний простір регіону.*

Постановка проблеми. Сучасні соціально-економічні умови в Україні кардинально пов'язані не лише із трансформацією соціальних, економічних і політичних відносин, а й зі змінами в ціннісно-смисловій сфері особистості. Кризові явища в суспільстві унаочнюють механізм відображення соціально-економічних змін в індивідуальній свідомості, тому що створюють екстремальні умови для виживання людей, змушують їх або до активного пошуку шляхів пристосування до нових форм існування, або до протидії змінам, що відбуваються, або до пасивного чекання повернення до минулого (що ідеалізується). Ці варіанти поведінки, найчастіше неусвідомлювані, не можуть не позначатися на процесі трансформації ставлення людини до соціальної дійсності. Молодь як велика соціально-демографічна група є включеною у процес суспільних трансформацій, і від її адаптаційної мобільності багато в чому залежать перебіг, інтенсивність та успішність змін суспільних відносин. Стабільність і розвиток українського суспільства визначаються великою мірою тим, наскільки активно й успішно молодь включається в суспільний простір, що є надзвичайно гетерогенним і стратифікованим. Суперечливі та різнорідні тенденції, поширені нині, зумовлюють необхідність пошуку нових підходів до аналізу процесу включення молоді в суспільство через виявлення особливостей формування соціальних практик. Вибір молоді як окремої соціально-демографічної групи, на прикладі якої доцільно вивчати особливості соціальних практик, невипадковий, тому що молодь є тією групою, що активно проходить стадію соціалізації як форму засвоєння суспільних відносин. Тому логічно очікувати, що вона є соціальною групою, найбільш чутливою до соціальних змін у процесі переходу суспільства до інформаційної епохи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «соціальна практика» посідає важливе місце в сучасній соціологічній теорії. Інтерес до цього феномену є закономірним у контексті практичного повороту соціологічної теорії до світу повсякденності, у якій

практики як теоретична категорія виступають одним із принципових предметів досліджень.

Для розуміння сутності і змісту поняття «соціальні практики» необхідно звернутися до праць середини – кінця XX ст. П. Бергера, П. Бурдьє, М. Гайдеггера, Г. Гарфінкеля, Е. Гідденса, К. Гірца, Т. Лукмана, М. Мосса, А. Шюца та інших. Різні аспекти соціальних практик розглядали такі вчені, як: П. Артьомов, В. Бойко, В. Волков, О. Дейнеко, В. Добреньков, Т. Заславська, О. Злобіна, Я. Зоська, Л. Іоніна, С. Катаєв, Н. Козлова, А. Кравченко, А. Лобанова, В. Лукова, І. Мартинюк, К. Михайльова, Ю. Пачковський, Т. Петрушина, В. Полторак, І. Попова, А. Раткевич, О. Резнік, О. Ручка, О. Славіна, Л. Сокурянська, О. Хахордін, Ф. Хрустальов, В. Шаленко, Н. Шматко, М. Шульга, С. Яремчук та інші.

Постановка завдання. Мета статті – розглянути особливості соціалізації та відтворення соціальних практик молоді в контексті сучасних соціальних трансформацій.

Виклад основного матеріалу. З погляду сучасного соціального пізнання важливим є розгляд змісту основних підходів до визначення поняття «молодь». Ця соціально-вікова група перебувала в центрі соціологічної уваги як за радянських часів, так і за доби незалежності України. Одне з характерних для радянського бачення визначень поняття «молодь» було надано В. Лісовським: «Молодь – покоління людей, що проходять стадію соціалізації, засвоюють, а в більш зрілому віці вже засвоїли, освітні, професійні, культурні й інші соціальні функції; залежно від конкретних історичних умов вікові критерії молоді можуть коливатись від 16 до 30 років» [12, с. 48]. Термінологічно точніше визначення було дано І. Коном: «Молодь – це соціальна і демографічно визначена група, що має певні вікові характеристики, специфіку соціального розвитку і соціального простору взаємодії і певні соціально-психологічні властивості. Молодість, як визначена фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові межі, пов'язаний з нею соціальний статус і соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу й залежать від суспільного устрою, культури та притаманних цьому суспільству особливостей соціалізації» [10, с. 85].

На думку С. Оленич, молодь являє собою окрему соціально-демографічну групу, особливості якої визначаються суспільно-культурним устроєм, процесом і закономірностями соціалізації і виховним ідеалом у рамках певного суспільства [15, с. 77]. В. Чупров тлумачить молодь як «соціально-демографічну групу, виділену на основі зумовлених віком особливостей соціального стану молодих людей, їх місця і функцій у соціальній структурі суспільства, специфічних інтересів і цінностей» [21, с. 6]. Це визначення більш пов'язане з такою ознакою, як відмінності у способі життя, ціннісних орієнтаціях, коли молодь

набуває духовних, трудових, морально-ціннісних основ не лише свого соціального майбутнього, а й суспільства загалом, що відображається у специфічних особливостях соціальних практик.

Однак наведені дефініції не вичерпують і частини спроб визначити це поняття. Дослідниця О. Каретна проаналізувала різні підходи до визначення поняття «молодь». Так, вона зауважує: «<…> у соціально-психологічному підході молодь – це певний вік зі своїми біологічними особливостями й психологічними стосунками, і тому вона має всі особливості вікового класу. Згідно з конфліктологічним підходом молодь – це важкий, повний стресів та надзвичайно важливий період життя. У рольовому підході молодь – це особлива поведінкова фаза в житті, коли вони більше не грають (дитячих) ролей і водночас не є повноправними носіями ролей дорослого. У межах субкультурного підходу молодь – це група зі своїм специфічним способом життя, стилем поведінки, культурними нормами й цінностями. У соціалізаційному підході молодь – це період соціального зростання, первинної соціалізації, головна мета молоді – самовизначення, персоналізація. У суб'єктивному підході молодь – спрямованість у майбутнє, оптимізм, життєлюбність, жадання діяльності, відчуття себе (енергійним) молодим незалежно від реального віку. У межах процесуального підходу молодь – це ті, хто не досконалий, не інтегрований, перебувають у стані становлення, формування» [9, с. 289].

Натепер у науковій дослідницькій практиці важливим питанням є визначення вікових меж цієї соціально-демографічної групи. У Соціологічній енциклопедії підкреслено, що «молодість – процес, у рамках якого вік соціально конструюється, інституціоналізується й контролюється історичними та культурними особливостями. Відповідно хронологічні межі молодості залежать від суспільно-історичного розвитку, культури, способів і форм соціалізації, характерних для цього суспільства. У різні історичні епохи вікові межі молодості істотно відрізнялися. Розрізняються вони у традиційних і постіндустріальних суспільствах, у зв'язку із процесом акселерації. У соціологічній науці ці межі знаходяться між 14–16 і 25–29 роками» [16, с. 674].

Існує також нормативно-юридичний критерій визначення віку молоді як соціальної групи суспільства. Згідно із сучасним українським законодавством, до молоді належать люди віком із 14 до 35 років [8]. Основними характеристиками цього життєвого періоду є нестабільність соціального й економічного становища, матеріальна залежність від родини або системи соціального забезпечення. Тобто цей віковий період закінчується з набуттям соціальної зрілості, де критеріями можуть бути завершення процесу освіти й набуття професії, початок самостійного трудового життя, матеріальна незалежність від батьків, вступ у шлюб і народження першої дитини, одержання політичних і громадянських прав.

Однак варто зауважити, що молодь також можна поділити на декілька груп, що відповідають ступеню досягнення соціальної зрілості. Так, Б. Бондарець виділяє три основні групи [4, с. 33]:

1) підліткова група (молодь до 19 років) – в основному учні середніх шкіл, професійних училищ, середніх спеціальних закладів і перших курсів ЗВО. Економічна залежність від старшого покоління припускає лояльне ставлення до ціннісних орієнтацій і норм поведінки оточення, але незакінченість процесу формування світогляду й інформаційна відкритість, точніше, навіть незахищеність свідомості, приводять до формування ціннісних орієнтацій, які включають взаємовиключні цінності, що потім може виявлятися в запереченні будь-яких соціальних правил і норм, у нігілізмі;

2) молодь віком 20–25 років – переважно студенти й молоді люди, які завершують або завершили професійну підготовку. Процес засвоєння соціальних норм, традицій суспільства в цьому віці вже проходить свою активну фазу, але формування ціннісних орієнтацій триває у зв'язку з активізацією практичної діяльності молодих людей;

3) молодь віком 26–35 років – це в основному особи, які вже зробили професійний вибір, володіють певною кваліфікацією та деяким професійним досвідом, зазвичай уже мають власну родину. Практична діяльність індивіда змушує переглядати сформовані ціннісні орієнтації.

Отже, для автора критеріями виділення цих вікових груп молоді виступили: а) провідна діяльність (навчання, професійна діяльність); б) інститут соціалізації; в) сформованість ціннісної сфери особистості; г) матеріальна незалежність і емоційна автономія.

Дослідник Х. Ремшидт [16] розглядає період дорослішання від 12–14 до 20–24 років. У цьому періоді виділяють дві фази: утрати дитячого статусу й реорганізації, у межах якої індивід цілком відкидає статус дитини та прагне до досягнення статусу дорослого.

О. Гаженко поділяє молодь на два основні вікові періоди, що впливають на формування життєвого стилю особистості:

1) 16–25 років – здобуття освіти; вибір професії; працевлаштування – особистісне та професійне самовизначення; пошук індивідуального ставлення до соціальної дійсності; загальне життєве планування; психологічна криза за Е. Еріксоном – «інтимність – ізоляція»;

2) 26–35 років – створення сім'ї; народження дитини; професійний розвиток – зростання соціальної відповідальності; засвоєння батьківських ролей; визначення стилю сімейного життя; розпад сімейних стереотипів; центральними новоутвореннями цього періоду є сімейні стосунки і професійна компетентність [5].

Для розуміння процесу формування соціальних практик молоді виникає необхідність виділення соціально-психологічних характеристик періоду молодості. Так, М. Гінзбург та І. Дубровіна вказують на проблему самовизначення як центрального моменту в молодому віці. Основними психологічними новоутвореннями, на їхню думку, варто

вважати: а) сформованість на високому рівні психологічних структур, насамперед самосвідомості і Я-концепції; б) розвиненість потреб, що забезпечують змістову наповненість особистості, серед яких центральне місце посідають моральні настанови, ціннісні орієнтації та тимчасові перспективи; в) становлення передумов індивідуальності як результат розвитку й усвідомлення своїх здатностей та інтересів [6]. На думку Л. Столяренко, цей період дуже важливий для формування самосвідомості й має дуже велике значення для розвитку когнітивної складової частини Я-концепції та соціального Я. На цьому етапі формується ієрархічна структура мотивів, реалістична та диференційована перспектива майбутнього, що засновується на оцінці власних здібностей і схильностей, розвивається стабільність «Я».

Р. Хавігхерст пропонує теорію «завдань розвитку», які являють собою «біосоціопсихологічні завдання, які поєднують особистісні потреби та вимоги суспільства» [2, с. 3], мета яких полягає в адаптивному входженні в суспільство, соціальні та професійні групи, тобто виступають як завдання соціалізації. На його думку, у період молодості можна виокремити такі проблемні завдання соціалізації: 1) вибір супутника життя; 2) засвоєння особливостей спільного проживання із чоловіком (дружиною); 3) створення родини; 4) виховання дітей; 5) керування домашнім господарством; 6) початок професійної кар'єри; 7) прийняття соціальної відповідальності; 8) пошук «близької за духом» соціальної групи. Особливу увагу Р. Хавігхерст приділяє проблемі, яка полягає в «побудові системи цінностей та етичної свідомості як орієнтирів власної поведінки: критичний аналіз цінностей навколишнього середовища повинен привести до формування самостійної структури цінностей як вказівки до керівництва діями» [2, с. 148].

Згідно з теорією Р. Віттенберга, який працював у психоаналітичному напрямі, розвиток індивіда в період молодості [11, с. 51] зумовлений метапсихологічними й соціоекономічними чинниками. До метапсихологічних чинників він відносить такі, як: 1) криза образу Я, яка полягає в тому, що людина повинна обирати між вимогами Супер-Его і своїм его-ідеалом, що визначає автономність, набуття якої, на думку Р. Віттенберга, є основним завданням періоду ранньої дорослості; 2) короткочасні стадії деперсоналізації, під час якої людина відчуває ізоляцію й відчуження; 3) припинення «рольових ігор», набуття нових соціальних ролей і соціальної відповідальності; 4) покращення почуття часу, що надає змогу керувати своїм часом, будувати плани на майбутнє; 5) пошук супутника життя. До соціоекономічних чинників він відносить таке: 1) відсутність економічної самостійності, що супроводжується бажанням набуття незалежності; 2) участь у соціальних, політичних, релігійних групах як частина своєї соціальної ролі, а не як засіб набуття своєї ідентичності в підлітковому віці; 3) розвиток «філософії життя», яка становить ієрархію цінностей, засвоєних шляхом інтеріоризації й інтерпретації цінностей суспільства.

Р. Вайт уважає, що в період молодості формується декілька «напрямів дорослішання», до яких він відносить: 1) стабілізацію его-ідентичності, яка розуміється як усунення суперечностей і стабілізація уявлень про себе, як «відчуття чіткої індивідуальності в соціальному контексті»; 2) звільнення особистих відносин від досвіду минулого, що надає змогу «підвищити здатність переживати почуття тут і зараз»; 3) поглиблення стабільних інтересів, які поєднуються з певною професійною сферою, що передбачає отримання знань і навичок у певній сфері; 4) гуманізація цінностей, за якої цінності виступають як частина ідентичності особистості [11, с. 55].

Розглядаючи характеристики особистості в період молодості, Дж. Бокнек фокусується насамперед на особливостях студентства. Він виділяє такі характеристики, типові для цієї соціальної групи: обізнаність про свої можливості, високий рівень психологічної й фізіологічної активності; обізнаність про події у світі, що поєднана з розвитком критичного мислення; соціальний активізм; набуття емоційної незалежності; розвиток інтроспекції, рефлексії та критичного мислення; ідеалістичний погляд на світ; інноваційний потенціал.

Отже, інтегроване поняття молоді як соціокультурної групи включає такі ознаки й характеристики: 1) вікові межі (від 14 до 35 років); 2) соціально-психологічні особливості (набуття особистісної ідентичності через засвоєння різних соціальних ролей, встановлення нових соціальних відносин, посилення впливу нових референтних груп, розвиток рефлексії й інтроспекції, набуття емоційної незалежності); 3) специфіка статусно-рольової взаємодії і соціокультурної поведінки; 4) специфіка самовизначення, самоорганізації, самоідентифікації молоді як специфічної групи; 5) професійне самовизначення й самореалізація (вибір професії, навчання та початок професійної діяльності); 6) специфіка процесу соціалізації, у якому поєднуються соціальна адаптація й індивідуалізація.

Виходячи з теоретичного аналізу особливостей молоді як соціокультурної групи, можна зауважити, що провідним чинником формування системи соціальних практик у молодому віці є процес соціалізації, який на цьому віковому етапі являє собою процес активної соціальної взаємодії та формування власної Я-концепції. Молода людина із самого початку життєвого шляху перебуває під впливом суспільства, є включеною в соціальні процеси, систему суспільних відносин, перебуває в постійній взаємодії з іншими суб'єктами суспільного життя та суспільством загалом, що впливає на її мислення, поведінку, свідомість. Водночас вона активно вибірково засвоює арсенал акумульованих культурою практик. Цей процес визначають як соціалізацію молодого покоління – акумуляцію особами досвіду й соціальних настанов, виходячи з рольових значень. Соціалізація характеризує процес включення молодого покоління в соціальний простір. Саме завдяки соціалізації індивід набуває різноманітних соціальних якостей, умінь, досвіду

та навичок участі в соціальному житті. У процесі соціалізації індивід освоює соціальні ролі, тобто ті функції, нормативно схвалювані зразки поведінки, реалізації яких очікує від людини суспільство або певна соціальна спільнота, отже, процес соціалізації виступає необхідною умовою засвоєння соціальних практик і їх відтворення в різних соціальних полях.

Автором терміна «соціалізація» щодо людини є американський соціолог Ф. Гіддінгс, який у 1887 р. у книзі «Теорія соціалізації» ужив його у значенні, близькому до сучасного, – «розвиток соціальної природи або характеру індивіда, підготовка людського матеріалу до соціального життя» [14, с. 13].

У соціологічному дискурсі процес соціалізації аналізували в межах різних теоретико-методологічних напрямів досліджень молоді як окремої соціальної групи. Так, соціалізацію розглядали в межах структурно-функціонального підходу з погляду соціального статусу й соціальних ролей, яких набувала молодь. Наприклад, Ш. Айзенштадт слідом за класиками (Е. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс) тлумачить молодіжну групу як систему структурних позицій, які заповнюють індивіди, унаслідок чого вони набувають деякого соціального статусу й відповідних соціальних ролей [20, с. 50–57]. Отже, структурно-функціональний підхід спрямований на дослідження таких значущих статусних характеристик і соціальних ролей молоді, як, наприклад, закінчення школи, професійне самовизначення, вибір професії, створення родини, що надає змогу виявити специфіку соціального статусу молоді, визначити механізми й наслідки її соціальної стратифікації.

Представники культурологічного напряму (з погляду феноменологічної соціології) П. Бергер та Т. Лукман зазначають, що процес соціалізації відображає «всебічне та послідовне входження індивіда в об'єктивний світ суспільства або окрему його частину» [3, с. 212]. Поза таким «входженням» взагалі неможливе існування особистості. Процес соціалізації є тривалим, механізми його здійснення – надзвичайно складним. П. Бергер і Т. Лукман виділяють два етапи соціалізації – первинний і вторинний. Сутність первинного періоду соціалізації полягає в початковому усвідомленні навколишньої соціальної реальності, одержанні знань, формуванні людського «Я», розумінні світу дорослих. «Індивід стає тим, ким він є, будучи спрямованим значущими іншими» [3, с. 215]. Період первинної соціалізації триває доти, доки людина не починає брати участі у творенні соціального світу. Із цим етапом пов'язаний перехід до вторинного періоду соціалізації, сутність якого полягає в тому, що вже соціалізовані індивіди створюють нові сектори об'єктивного світу, включаються в конструювання соціальної реальності й соціального порядку. Отже, представники суб'єктивістської традиції прагнуть вивчити світ молоді, процес її становлення шляхом аналізу конкретних уявлень, цілей, цінностей, мотивів окремих індивідів. Такі суб'єктивні елементи свідомості розглядають

як визначені об'єктивними соціальними умовами та процесами, що існують у певних типах суспільств. Їх розуміють як ступінь засвоєння суспільних норм, цінностей, ідеалів у процесі соціалізації, що виступають регулянтами соціальних дій, які відтворюються в певних соціальних практиках.

Водночас у сучасній постнеокласичній соціології оформлюється й постмодерністський погляд на соціалізацію, становлення особистості, інтеріоризацію соціальних практик, постулює радикальний суб'єктивізм і плюралізм. Так, головними рисами постмодерну, за З. Бауманом, є «інституціоналізований плюралізм, різноманіття, варіативність соціальних станів і процесів залежно від обставин та умов проходження, випадковість і амбівалентність». За твердженням З. Баумана, замість структур увага дослідників має бути прикута до агентів дії, замість соціальної інтуїції потрібно враховувати габітат – заселений людьми простір їхнього «соціального поля» або співжиття, до уваги варто брати не зовнішні причини чи фактори, а суто їхні «життєві проекти» [1, с. 189]. Учений дійшов висновку, що в сучасному суспільстві, яке набуває рис постмодерну, поняття соціалізації втрачає свій інституційний зміст. Багатоваріативність зразків становлення молоді, незаданість векторів її соціального розвитку, згідно з постмодерністською традицією, затверджує пріоритет соціальних суб'єктів як діячів в активному будуванні форм їхнього соціального буття з урахуванням природних та соціальних умов на момент соціальної дії. У центрі уваги, таким чином, опиняються соціальний суб'єкт та форми організації соціальних суб'єктів (спільності, структури), які створюються його активністю. Активність, саморегулювання індивіда у виборі цілей і цінностей, що пропонує йому суспільство чи соціальні групи, відповідальність за власну долю виступають нині на перший план у процесі становлення особистості. Сучасна особистість значною мірою сама створює себе, самоконструюється. У цій парадигмі підкреслюється суб'єктивно-інтенціональний аспект формування соціальних практик молоді.

Чимало напрацювань стосовно соціалізаційного процесу мають місце й у вітчизняній соціології. У процесі аналізу численних концепцій соціалізації О. Мудрик виділяє два основні підходи до розуміння сутності соціалізації. Так, перший підхід підкреслює пасивну позицію людини у процесі соціалізації, а саму соціалізацію інтерпретує як процес адаптації індивіда до суспільства, яке формує кожного свого члена відповідно до його культури та ціннісно-нормативної системи. Цей підхід має назву суб'єкт-об'єктного, оскільки суспільство – суб'єкт впливу, а людина – його об'єкт. Ґрунтуючись на суб'єкт-суб'єктному підході, соціалізація являє собою процес засвоєння і відтворення соціокультурного простору у взаємодії із ситуаціями життєдіяльності на різних вікових етапах онтогенезу [13, с. 17–18].

«С. Харченко подає декілька визначень цього поняття в межах соціально-психологічного підходу. Так, під соціалізацією розуміють

розвиток і самореалізацію людини; процес становлення особистості, навчання та засвоєння індивідом цінностей, норм, настанов, зразків поведінки, притаманних суспільству, соціальній спільноті, групі; процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом соціального досвіду у спілкуванні та діяльності» [19, с. 11]. Кожне з визначень за своїм змістом передбачає взаємодію особистості й суспільства з метою розвитку особистості. Тут ми маємо знову повернутися до надбань світової соціології.

Сутність соціалізації полягає в поєднанні механізмів пристосування й відокремлення людини щодо соціальних взірців (практик) в умовах конкретного суспільства. Як зазначає М. Грінченко, соціальна адаптація передбачає узгодження вимог і очікувань соціального середовища щодо людини з її настановами й соціальною поведінкою; узгодження самооцінок і домагань людини з її можливостями та реаліями соціального середовища. Відокремлення є процесом автономізації людини в суспільстві. Результат цього процесу виявляється в потребі людини мати власні погляди (ціннісна автономія), потребі мати власні прихильності (емоційна автономія), потребі самостійно вирішувати особисті питання, здатності протистояти життєвим ситуаціям, які заважають її саморозвитку, самовизначенню, самореалізації та самоствердженню (поведінкова автономія). Ефективна соціалізація передбачає певний баланс адаптації та відокремлення [7, с. 113]. Причому адаптація полягає в успішному засвоєнні соціальних практик, які пропонує суспільство, а індивідуалізація (відокремлення, автономізація) – у переконструюванні соціальних практик відповідно до внутрішніх чинників діяльності та прагнення до самореалізації.

Загалом розглянуті дефініції соціалізації дозволяють тлумачити цей процес як: 1) саморозвиток особистості; 2) засвоєння цінностей, норм і схем поведінки; 3) адаптацію індивіда до соціального середовища; 4) формування особистості згідно із заданим ідеальним типом. Отже, соціалізація являє собою, з одного боку, засвоєння соціальних зразків поведінки, ролей, певних соціальних позицій, соціального статусу, традицій, норм і цінностей, з іншого – формування власного соціокультурного досвіду й соціопсихологічної ідентичності. У процесі соціалізації від соціуму до індивіда здійснюється трансляція для засвоєння цінностей, норм і настанов, а також цілеспрямований або стихійний вплив і соціальний контроль. Водночас на індивідуальному рівні здійснюється прийняття соціокультурного досвіду, завдяки чому формуються особистісні структури. Отже, соціалізацію можна розглядати як системотвірний процес поряд зі стратифікацією. Процес соціалізації багато в чому зумовлений способом функціонування інститутів соціалізації та їхньою потребою в ефективному передаванні соціального досвіду. Водночас індивід не просто засвоює соціальний досвід, а й перетворює його, тобто для успішної соціалізації необхідні три складові частини: очікування, зміна поведінки й бажання відповідати

очікуванням. Зокрема, І. Солоднікова пропонує об'єднати чинники успішної соціалізації у два блоки: 1) соціальні, які відображають соціально-культурний аспект (набір статусів і ролей, сукупність соціальних інститутів, у межах яких індивід може сформувати свої соціальні якості); 2) індивідуально-особистісні, які визначаються етапом життєвого індивіда.

Отже, процес соціалізації виступає умовою формування соціальних практик індивіда, сутністю якого є включення в соціальні відносини та соціальну взаємодію (формування соціальної ідентичності, засвоєння цінностей і норм), що пов'язано із соціальною адаптацією, а також індивідуалізацією соціально-психологічних настанов та поведінкових патернів.

Серед основних механізмів соціалізації особистості А. Мудрик виділяє такі [14]: 1) традиційний (стихійна соціалізація) механізм, тобто засвоєння індивідом норм, цінностей, зразків поведінки і стереотипних форм поводження, які характерні для його родини й найближчого оточення. Це засвоєння відбувається зазвичай на неусвідомленому рівні за допомогою фіксації, некритичного сприйняття панівних стереотипів; 2) інституційний механізм, який функціонує в контексті соціальних інститутів / соціальних організацій соціалізації людини; 3) стилізований механізм, що діє в межах певної субкультури – комплексу морально-психологічних рис і поведінкових проявів, типових для людей певного віку або певного професійного чи культурного прошарку, який формує стиль життя тієї чи іншої соціальної групи і спільноти за ідентифікаційними ознаками; 4) міжособистісний механізм, що функціонує у процесі взаємодії людини із суб'єктивно значущими для неї особами. У його основі лежить психологічний механізм міжособистісного перенесення завдяки емпатії, ідентифікації, рефлексії й екзистенційного натиску.

Висновки і пропозиції. Загалом аналіз теоретичних поглядів на сутність соціалізації надає змогу виділити соціальні механізми процесу соціалізації молоді, як-от: 1) активне, вибіркове засвоєння соціального досвіду, соціальних ролей, настанов і цінностей; 2) соціальна взаємодія й міжособистісне спілкування; 3) вплив референтної групи або соціальної ситуації; 4) ідентифікація як процес ототожнення зі значущим іншим і формування особистісної та соціальної ідентичності; 5) самоатрибуція – приписання собі певних соціальних якостей; 6) рефлексія – критичне осмислення індивідом своїх соціально-психологічних якостей і патернів поведінки у проблемно-конфліктних ситуаціях соціальної взаємодії; 7) соціальне порівняння; 8) інтеріоризація як засвоєння цінностей і оцінок інших людей у процесі соціальної взаємодії.

Отже, конструювання системи соціальних практик молоді відбувається шляхом активної соціалізації через засвоєння цінностей, норм, зразків поведінки та настанов референтної групи й соціуму внаслідок взаємодії внутрішніх та зовнішніх механізмів.

Список використаної літератури

1. Bauman Z. Intimations of Postmodernity. London : Routledge, 1992. 232 p.
2. Havighurst R. Developmental tasks and education. London : Longmans, Green, 1952.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания. Москва : Медиум, 1995. 323 с.
4. Бондарець Б. Молодь як об'єкт і суб'єкт соціокультурних процесів у сучасному українському суспільстві: аксіологічний аспект. *Наукові праці. Соціологія*. 2013. Вип. 213. Т. 225. С. 31–34.
5. Гаженко О. Система цінностей і життєвий стиль студентської молоді. *Практична психологія та соціальна робота.* 2008. № 12. С. 54–58.
6. Гинзбург М. Психологическое содержание личностного самоопределения. *Вопросы психологии*. 1994. № 3. С. 46–65.
7. Грінченко М. Феномен соціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства. *Збірник наукових праць Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка.* 2016. Вип. 1. С. 70–79.
8. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 5 лютого 1993 р. № 2998–XII. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2998-12 (дата звернення: 21.11.2017).
9. Каретна О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь». *Актуальні проблеми політики :* збірник наукових праць / редкол. : С. Ківалов (керівник авт. кол.) та ін. ; ОНЮА, Південноукр. центр ґендер. проблем. Одеса, 2009. Вип. 37. С. 287–291.
10. Кон И. В поисках себя: Личность и ее самосознание. Москва : Политиздат, 1987. 366 с.
11. Кузина М. Развитие Я-концепции студентов в процессе обучения иностранным языкам в вузе : дис. ... канд. пед. наук. Рязань, 2015. 266 с.
12. Лисовский В. Советское студенчество. Социологические очерки. Москва : Мысль, 1990. 216 с.
13. Мудрик А. Социализация человека : учебное пособие. Москва : Академия, 2004. 304 с.
14. Мудрик А. Социальная педагогика : учебник для студентов педагогических вузов / под ред. В. Сластенина. 3-е изд., испр. и доп. Москва : Академия, 2000. 200 с.
15. Оленич С. Молодь як об'єкт і предмет наукової рефлексії : гуманітарно-методологічний дискурс (бібліографічний аналіз). *Науковий вісник Чернівецького університету :* збірник наукових праць. Чернівці : Рута, 2007. Вип. 352–353. Філософія. С. 73–77.
16. Ремшидт А. Подростковый и юношеский возраст. Проблемы становления личности. Москва : Мир, 1994. 319 с.
17. Социологическая энциклопедия : в 2-х т. / гл. ред. В. Иванов ; Нац. общ.-науч. фонд. Москва : Мысль, 2003. Т. 1. 694 с. ; Т. 2. 863 с.
18. Фрейд З. Вступ до психоаналізу. Пер. з нім. Київ : Основи, 1998. 709 с.
19. Харченко С. Соціалізація дітей та молоді в процесі соціально-педагогічної діяльності: теорія і практика : монографія. Луганськ : Альма-матер, 2006. 320 с.
20. Чупров В. Социология молодежи на рубеже своего тридцатилетия. *Социологические исследования*. 1994. № 6. С. 50–57.
21. Чупров В. Молодежь: духовное производство в условиях риска. *Вестник российского университета дружбы народов: социология.* Москва, 2004. № № 6–7. С. 7–17.

Zoska Ya. V., Matiukhin D. A., Stadnyk A. H. Features and process of socialization as a condition for construction of social practices of modern youth

It is determined that the condition of constructing social practices of youth is the process of socialization as the inclusion of the individual in social relations and integration into society based on the assimilation of social values and norms in specific socio-economic conditions and socio-cultural context. In the conditions of social transformations of the Ukrainian society formation and reproduction of social practices of youth acquires specific features and features in various social and cultural fields and spaces: first, on the one hand, they become more individualized and differentiated, on the other – come into conflict with various values. -normative systems; secondly, anomie as a state of unstable society complicates the process of reproduction of established forms of social practices, provoking the spread of models of deviant behavior; thirdly, strengthening the consumerization of social behavior and social practices of individuals, the meaning of which is to profess such a hierarchy of values, where the highest position is occupied by consumption; fourth, the basic ideas of postmodern society contribute to the reproduction in social practices of such properties as fragmentation, uncertainty, pluralism and differentiation of the structure of social action and interaction. Behavioral and active manifestations of lifestyle reflect the common intention of different social practices, which act as a "frame" and "scheme of interpretation" of social behavior and interaction, which allows to present social practices of young people as a result of their lifestyle and lifestyle based on internalized values., norms, attitudes and models of social behavior.

Young people are a special socio-cultural group, the most sensitive to the assimilation of social practices, which occurs during the period of active socialization of the individual through the incorporation of values, norms, social attitudes and entering the space of social interaction.

Young people are characterized by such processes as: psychophysiological maturation, entry into society, professional training and professional development, development of social norms, roles, positions, acquisition of values and social attitudes with active development of self-awareness, creative self-realization, constant personal choice of individual life.

It is proved that the process of socialization is a condition for constructing social practices of the individual, the essence of which is inclusion in social relations and social interaction, which is associated with social adaptation, as well as individualization of socio-psychological attitudes and behavioral patterns.

Key words: *social practices, youth, region, social space of region.*

УДК 316.334.3
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.7

О. С. ЗУБЧЕНКО
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри філософії та соціології,
Маріупольський державний університет

СТРУКТУРУВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ У 2015–2020 РОКАХ

Статтю присвячено актуальним проблемам змін у регіональному просторі регіону за умов децентралізації та зростання політичної ваги місцевих виборів. Автор ставить за мету визначити чинники структурування електорального простору області в останньому виборчому циклі, наявні електоральні розколи, пояснити їхню природу. У дослідженні констатується високий рівень неусталеності електорального простору Запорізького краю. Про це свідчать високі значення індексу Педерсена, якісна та кількісна зміна складу переможців виборів 2015 та 2020 років. Також відзначається значна міграція виборців між різними електоральними акторами й ідейно-політичними спектрами. За допомогою використання можливостей пакету SPSS та методики кореляційного і кластерного аналізу виокремлюються основні електоральні розколи в регіоні. У 2015 році найбільший вплив на електоральну поведінку виборців мав просторовий чинник. Виділено міські («УКРОП», «Самопоміч») та сільські політичні проєкти, відзначено наявність локальних точок перетікання електорату між «Опозиційним блоком» та «Новою політикою». Зазначено, що у 2020 році вектори електоральних розмежувань значно ускладнилися через появу у великих містах впливових регіональних партій, прояви внутрішньоспектрової конкуренції в тетраді «Опозиційна платформа за життя» – Опоблок – «Порядок» – партія Буряка, посилення поляризації «проукраїнське місто – проросійське село». Також відзначено утворення кластера територій із високим рівнем електоральної мобілізації, що свідчить про «кероване голосування». Автор робить висновок про те, що суттєве зниження явки виборців у містах призвело до виникнення ефекту «викривленого представництва» та великих територіальних диспропорцій у розподілі депутатських мандатів. Також констатовано відособлене розташування в матриці електорального простору «партій влади» та політсил лідерського типу.

Ключові слова: *електоральний простір, індекс Педерсена, електоральний розкол, викривлене представництво, кероване голосування.*

Постановка проблеми. Одним з основних трендів реформування політичної системи України нині стає децентралізація. Центральна влада та її представництва на місцях все більше поступаються повноваженнями на користь об’єднаних територіальних громад. Цей процес суттєво прискорила адміністративно-територіальна реформа влітку

© О. С. Зубченко, 2021

2020 р. У Запорізькій області замість 20 районів з'явилося п'ять нових укрупнених районів та 67 громад, а місцеві вибори, що відбулися восени минулого року, фактично відкрили новий етап розвитку місцевого самоврядування.

Саме цьому голосування за місцевих голів та депутатів стало набувати самостійного значення, а градус боротьби за депутатські мандати подекуди не менший, аніж під час президентських перегонів. Для українців це все в новинку. Адже в перші роки незалежності (1994 р., 1998 р., 2002 р., 2006 р.) регіональні вибори проходили водночас з парламентськими, а їхні результати не сприймалися ані виборцями, ані політикумом як окрема цінність.

Отже, електоральний простір місцевих виборів набуває окремого політичного значення, а процеси, що відбуваються в ньому, заслуговують на детальний аналіз як учасників електоральних перегонів, так і дослідників. На жаль, дотепер більшість вітчизняних та закордонних соціологів та політологів присвячували свої розвідки вивченню електоральних розмежувань національного рівня, що проявляються під час президентських та парламентських кампаній, а все інше лишалося поза їхньою увагою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми структурування електорального простору висвітлені у вітчизняній та закордонній спеціальній літературі. Західна (насамперед американська) політична наука приділяє увагу просторовому моделюванню електоральних конструктів із широким використанням математичних методик (Е. Даунс, Д. Блек, Р. Мак-Келві, К. Мея, Ч. Плотга, К. Ерроу). Дж. Енелоу, У. Лолард, М. Хініч ставлять питання про співвідношення «ідеологічних» (ліво-правий континуум) та «проблемних» вимірів електорального простору [1]. Також варто згадати теорію соціальних розколів С. Ліпсета і С. Рокана, комбіновані моделі С. Меріела, Дж. Плата і К. Пула [2]. Російські автори проводять аналіз електорального простору з використанням категорії «електоральний ландшафт» [3; 4], крізь призму поняття «політичний ринок» [5] або синтезують основні теорії електоральної поведінки [6].

Значний інтерес становить теорія відомого українського соціолога О. Вишняка, що найбільш активна частина виборців голосує згідно зі своїми ідеологічними уподобаннями, а інші – ситуативно-економічно, залежно від рівня суб'єктивної задоволеності умовами життя в період, коли при владі перебував конкретний Президент чи Уряд [7, с. 150–155]. А. Авксентьєв аналізує структури електорального простору через поняття «пропорційності» та «диспропорційності», що проявляються через інституційні ефекти виборчих систем [8]. П. Кривицька розглядає диференціацію голосування виборців як результат домінування на певних територіях двох протилежних моделей цінностей – «компенсаторної» та «ностальгічної» [9]. Н. Ротар пояснює електоральні розбіжності між регіонами України різними стадіями розвитку демократичних політичних циклів [10].

Незважаючи на широку палітру теоретичних розвідок, практично не досліджені особливості диференціації регіонального електорального простору, через що поза увагою дослідників лишається багато цікавих процесів, які проявляються тільки на рівні областей.

Мета статті – охарактеризувати чинники структурування Запорізької області у 2015–2020 рр., виділити й описати електоральні розколи, що сформувалися в регіоні.

Виклад основного матеріалу. Електоральні настрої запорізьких виборців протягом 2015–2020 рр. детермінувалися кількома чинниками.

По-перше, незважаючи на високу активність частини міського населення під час Революції гідності (акції відбувалися у 15 населених пунктах області за участі понад 20 тисяч осіб) та потужний волонтерський рух (у перші роки війни кошти на потреби армії збирали 10% запоріжців, теплі речі та продукти – 16%, підтримували родини загиблих та поранених українських воїнів – 9%), у масовій свідомості продовжувало домінувати негативне ставлення до корінних змін у внутрішній та зовнішній політиці держави. Протягом 2015–2017 рр. кількість жителів області, які вважали Майдан народною революцією, зменшилася із 42 до 37%, натомість число тих, хто вважав події в середмісті Києва державним переворотом, збільшилася із 42 до 48% [11, с. 12].

По-друге, дуже високим залишався градус опозиційних настроїв, зокрема, підтримка діяльності Президента України Петра Порошенка за три роки зменшилася із 23 до 16%, а частка антагоністів тодішнього глави держави досягла 75% [11, с. 14].

По-третє, соціальне самопочуття населення характеризувалося високою тривожністю – 48% респондентів характеризували обстановку в регіоні як напружену, а 10% – як важку та небезпечну. Водночас серед головних загроз для нашого краю та своєї родини 38% учасників опитування називали можливість великої війни з Росією, 30% – нестачу коштів для оплати найбільш необхідних товарів та послуг, по 28% – безробіття та стрімкий стрибок цін [11, с. 19].

Ще одним важливим чинником переструктурування електорального простору стала «зелена хвиля» 2019 р., що привела до влади В. Зеленського та його команду. На момент президентських виборів ідеологічні орієнтації електорату лідера «95 кварталу» особливо не відрізнялися від середніх по масиву. Наприклад, 29% прихильників В. Зеленського виступали за європейський розвиток, 13% прагнули більше товаришувати з Росією, а 54% віддавали перевагу самостійному розвитку України. Натомість за рівнем життя 58% прибічників нового Президента відносили себе до середнього класу, а 60% із них мали вищу освіту (що в півтора рази більше, ніж серед виборців Ю. Бойка й О. Вілкула) [12, с. 11]. Отже, коректніше говорити не про якусь нову електоральну нішу «Слуг народу», а про значний перерозподіл усередині вже існуючих електоральних кластерів.

Детально описати такі переходи виборців дозволяє індекс Педерсена. Він розраховується як половина суми змін (приросту та зменшення) відсотка голосів за партії, які брали участь у двох та більше виборах. За умов значної неусталеності вітчизняної партійної системи, варто погодитися з Р. Туровським, необхідно ретельно аналізувати, яка політсила трансформувалася, яка цілком зникла з авансцени, а де важливо порівнювати голоси за групи партій близького ідейного спрямування [13].

Таблиця 1

Індекс Педерсена на виборах до Запорізької обласної ради у 2015–2020 рр.

Політична партія	**Відсоток голосів, 2015 р.**	**Відсоток голосів, 2020 р.**	**Зміни, %**
Опозиційний блок (Опозиційний блок + Опозиційна платформа «За життя» – 2020 р.)	29,2	23,2	−6
Блок Петра Порошенка «Солідарність»	13,5	9,5	−4
«Батьківщина»	8,6	5,9	−2,7
Радикальна партія О. Ляшка	6,5	2,5	−4
«Нова політика»	5,6	3,9	−1,7
«Наш край»	10,4	4,7	−5,7
I_{ped}			12,1
«Слуга народу»		18,9	18,9
Партія В. Буряка «Єднання»		8,1	8,1
Партія «Порядок»		3,0	3,0
Партія «За майбутнє»		7,0	7,0
Партія зелених України		2,5	2,5
Партія Шарія		3,7	3,7
I_{ped} узаг			33,7

На перший погляд значення індексу Педерсена (I_{ped}) свідчить про середній ступінь усталеності регіонального політикуму. Однак згадаємо, що із восьми суб'єктів, що у 2015 р. отримали крісла в обласній раді, за п'ять років лише троє змогли повторити свій переможний результат. Водночас дві відверто брендові політсили – «Самопоміч» та «УКРОП», що орієнтувалися на міське населення, молодші та середні вікові групи, узагалі пішли з політичної арени. Можна говорити, що значна частина цього електорального кластера (12–13% від активних виборців) нині перейшла на бік «Слуги народу».

У разі проведення аналізу стану справ на умовно «проросійському» фланзі (Опоблок – ОПЗЖ, «Нова політика», «Наш край») бачимо, що загальний рівень підтримки тут зменшився із 45,6 до 31,8%. Електорат, який вивільнився, вірогідно, емігрував до партії Володимира Буряка «Єднання», партії Шарія та «Порядку».

Водночас послаблення позицій умовно «промайданівського» флангу (БПП-ЄС, «Батьківщина», РПЛ) було спричинене насамперед втратою підтримки серед місцевих еліт, які здебільшого забезпечували попередні високі результати, особливо в сільській місцевості.

Отже, якщо брати зміни регіонального електорального простору в більш широкому контексті, з урахуванням появи абсолютно нових політичних суб'єктів (які, певна річ, лишалися вписаними до існуючої системи координат), то рівень неусталеності партійної системи зростає майже втричі (I_{ped} узаг).

Далі постають питання, які чинники впливали на вибір запоріжців, як структурувалося електоральне поле регіону. Відповідаючи на них, треба брати до уваги, що серйозний вплив на підсумки голосування, особливо у 2020 р., мали відмінності в рівні електоральної активності міських та сільських жителів. Також варто брати до уваги зміни в адміністративно-територіальному поділі регіону, через що за основу аналізу у 2015 р. бралося 20 районів, а у 2020 р. – 67 громад, оскільки 5 новостворених, укрупнених районів поки що виглядають досить штучними мегаутвореннями та не набули рис окремих електоральних територій.

Для статистичного описання цих закономірностей ми використали коефіцієнти кореляції між рівнем підтримки електоральних суб'єктів у різних містах та районах, які було розраховано за допомогою програми SPSS.

Як видно з таблиці, поселенський чинник відчутніше впливав на електоральну підтримку «Самопомочі» й «УКРОПУ», які позиціонувалися як проукраїнські, політичні сили, що орієнтовані на міський середній клас. За межами великих та середніх міст їхні результати не перевищували 1–1,5%. Прямо протилежною була ситуація з Аграрною партією, підтримка якої переважно була локалізована у глибинці, південних та південно-західних районах області.

Також можна помітити сильні кореляційні зв'язки між голосуванням за «Нову політику» та «Опозиційний блок». Їхні електоральні ніші є досить подібними, проте якщо «опоблоківці» збирали спадщину Партії регіонів по всій області, то корпоративний політпроєкт колишнього власника ПАТ «Мотор-січ» В. Богуслаєва, що використовував досить схожі гасла, зосередився на виборцях Шевченківського району Запоріжжя, де отримав рекордну підтримку (29% голосів).

Отже, основним електоральним розколом на виборах у 2015 р. став поселенський між містом та селом. Він стає особливо помітним у разі проведення кластеризації електорального простору. В окремий

Таблиця 2

Кореляційні зв'язки між рівнем підтримки електоральних акторів на виборах до обласної ради 2015 р.

Політична сила	**БПП**	**РПЛ**	**АПУ**	**УКРОП**	**Батьківщина**	**Нова політика**	**Самопоміч**	**Наш край**	**Опозиційний блок**	**Явка**	**Тип поселення**
БПП	–	−0,2	−0,2	−0,2	0,06	−0,14	−0,07	−0,07	−0,23	−0,30	0,23
РПЛ	0,14	–	−0,29	0,15	0,06	−0,07	−0,08	−0,06	−0,28	0,29	0,13
АПУ	−0,2	−0,29	–	−0,5**	−0,14	−0,31	−0,49**	−0,29	0,12	0,19	0,48**
УКРОП	−0,08	0,15	−0,50**	–	−0,14	**0,63****	0,81**	−0,22	**−0,48****	−0,03	−0,74**
Батьківщина	0,06	0,18	−0,14	−0,14	–	−0,15	−0,16	−0,02	−0,23	−0,12	0,01
Нова політика	−0,14	−0,07	−0,31	**0,63****	−0,15	–	**0,56****	−0,23	**−0,47****	−0,02	**−0,56****
Самопоміч	−0,07	−0,08	**−0,49****	0,81	−0,16	0,56	–	−0,33	0,27	−0,26	−0,89**
Наш край	−0,08	−0,06	−0,29	−0,22	−0,02	−0,23	−0,33	–	0,02	0,26	0,22
Опозиційний блок	−0,23	−0,28	0,12	−0,48**	−0,23	**−0,47****	−0,27	0,02	–	−0,19	0,29
Явка	−0,31	0,29	0,19	−0,04	−0,12	−0,02	−0,26	0,26	−0,19	–	0,20
Тип поселення	0,23	0,13	**0,48****	−0,74**	0,01	−0,56	−0,89	0,22	0,29	0,2	–

* – відмінності, значущі на рівні 0,05;

** – відмінності, значущі на рівні 0,01.

електоральний сегмент виділяються Мелітопольський, Михайлівський, Приазовський та Приморський райони, де Аграрна партія здобула найбільшу кількість голосів.

За п'ять років ситуація днщо змінилася. На цей раз більшість партійних брендів було розподілено між трьома фінансово-промисловими групами – «запоріжсталівськими», «кальцевсько-пономарьовськими» та «моторівськими». Перші перебували у сфері впливу В. Новінського і Р. Ахметова, патронували партії «Порядок» та «Опозиційний блок», а також частково були присутні в команді «Слуги народу». Другі – активно просували ОПЗЖ, «Наш край», мали власні франшизи в «Європейській солідарності» та «Батьківщині». «Моторівці» в останній момент повернулися до власного, перевіреного проєкту «Нової політики», а до цього встигли отримати значне представництво серед «слуг».

Ще один важливий момент – поява великих самостійних акторів, якими виступали міський голова Запоріжжя В. Буряк, що п'ять років тому обирався за підтримки «Опозиційного блоку»; народний депутат України та колишній мер Мелітополя Сергій Мінько, що завів однойменну партію до міської та районних рад; ексдепутат Верховної Ради та впливовий фермер Вадим Кривохатько із франшизою Партії зелених України.

Ще одним важливим тригером за умов пандемії стала вкрай низька та сильно диференційована за територіями електоральна активність, як наслідок – зростання ролі мобілізованого голосування та зниження абсолютних значень прохідного бар'єра та «вартості» депутатського мандата.

Проаналізуємо математичний вимір цих зв'язків за методикою, що аналогічна попередній, але з наведенням результатів голосування вже в розрізі 67 новоутворених або розширених громад.

Отже, можемо спостерігати кілька цікавих моментів. Значні відмінності в явці міського та сільського населення призвели до ефекту «викривленого представництва». Серед депутатського корпусу відбулося диспропорційне збільшення частки представників політичних сил, що мали більшу підтримку на периферії. Найбільше це вдарило по партії Шарія, понад три чверті симпатиків якої жили в електорально пасивному Запоріжжі та Мелітополі.

Водночас просторовий розкол нікуди не зник із політичної карти регіону, а набагато розширився та поглибився. З боку «міських» опинилися «Європейська солідарність», партія В. Буряка «Єднання», партія Шарія та «Нова політика», а в лавах «сільських» – ОПЗЖ, «Наш край», «Опоблок» та «За майбутнє». Важливо відзначити, що рівновіддалену позицію, до речі, характерну для всіх партій влади (зокрема, і для БПП у 2015 р.) у цьому континуумі, займали «Слуги народу». Адже на підтримку політсили глави держави місцеві чинники та лідери впливали незначною мірою. Саме тому вона

Таблиця 3

Кореляційні зв'язки між рівнем підтримки електоральних акторів на виборах до обласної ради 2020 р.

Політична сила	**Опоблок**	**Слуга народу**	**Наш край**	**Нова політика**	**Батьківщина**	**ОПЗЖ**	**За майбутнє**	**ЄС**	**Партія В. Буряка**	**«Порядок»**	**Партія Шарія**	**Явка**	**Тип поселення**
Опозиційний блок	–	0,16	0,04	**−0,25***	−0,26*	**0,43****	0,04	**−0,36****	−0,17	0,1	−0,03	0,06	0,26*
Слуга народу	−0,16	–	−0,22	−0,12	−0,19	−0,18	−0,04	−0,11	−0,06	0,11	−0,03	−0,04	0,01
Наш край	0,04	−0,22	–	−0,12	−0,11	0,23	−0,07	−0,16	−0,29	−0,18	−0,19	−0,04	0,03
Нова політика	**−0,25***	−0,12	−0,12	–	−0,04	**−0,25***	−0,2	**0,34****	0,26*	0,23	**0,42****	−0,14	**−0,41****
Батьківщина	**−0,26***	−0,19	−0,1	−0,04	–	−0,2	−0,1	−0,03	−0,18	0,2	−0,26	0,05	0,04
ОПЗЖ	**0,43***	−0,18	0,23	−0,25	−0,2	–	−0,06	**−0,34****	**−0,33****	**−0,27****	−0,12	0,1	**0,26***
За майбутнє	0,04	−0,04	−0,07	−0,2	−0,1	−0,06	–	−0,19	−0,23	−0,24*	−0,21	0,21	**0,23****
ЄС	**−0,36****	−0,11	−0,16	0,34	−0,03	**−0,34****	−0,19	–	**0,47****	0,02	**0,63****	**−0,43****	**−0,57****
Партія «Єднання» В. Буряка	−0,17	−0,06	−0,29*	−0,24*	−0,18	**−0,33****	−0,23	0,47	–	0,04	**0,48****	−0,19	**−0,33****
Партія «Порядок»	−0,11	−0,15	−0,18	0,23	0,2	**−0,27***	**−0,24***	0,02	−0,04	–	0,03	−0,06	−0,15
Партія Шарія	−0,03	−0,16	−0,19	**0,42****	**−0,26***	−0,12	−0,21	**0,63****	**0,48****	0,03	–	**−,0,49***	**−0,61****
Явка	0,06	−0,04	−0,04	−0,14	0,05	0,01	0,21	−0,43**	−0,19	−0,06	−0,49	–	**0,38****
Тип поселення	0,26	0,01	0,03	**−0,41****	0,04	0,26*	**0,23***	**−0,57****	**−0,33****	−0,14	**−0,61****	**0,38****	–

** – відмінності, значущі на рівні 0,05;*

*** – відмінності, значущі на рівні 0,01.*

показала досить рівні результати і по міських, і по сільських громадах. Така ж ситуація спостерігалася з «Батьківщиною», що вже багато років має усталене та персонально орієнтоване на Ю. Тимошенко електоральне поле.

По-третє, набагато більш рельєфно, аніж у 2015 р., проявилася внутрішньоспектрова конкуренція. Насамперед ідеться про тетраду ОПЗЖ – Опоблок – «Порядок» – партія В. Буряка. Зв'язки тут дуже непрості – ОПЗЖ і Опоблок обидві мали високі показники в південних та південно-західних районах області, які традиційно були точкою опори проросійських сил на Запоріжжі. А ось політсила мера Запоріжжя, навпаки, становила серйозну конкуренцію партії Бойка – Медведчука в обласному центрі та частково відірвала в неї голоси. Подібна ситуація була з іншим наближеним до «Запоріжсталі» проєктом – партією «Порядок», що показала високі результати в Кам'янсько-Дніпровському районі та Дніпрорудному.

На відміну від попереднього виборчого циклу, досить гостро був виражений ідеологічний розкол. «Європейська солідарність», позбувшись статусу партії влади та багатьох стейкхолдерів із місцевих еліт, що забезпечували електоральну мобілізацію в сільській місцевості, майже цілком зосередилась на міському електораті, значною мірою на виборцях обласного центру. Водночас їхні супротивники із протилежного ідейного спектра традиційно орієнтувалися на більш консервативний сільський електорат.

Також більш складною виявилася кластерна модель електорального простору. До першого кластера (умовно назвемо його міським) – увійшло 23 об'єкти, серед яких усі райони Запоріжжя, прилеглі села та більшість районних центрів. Серед спільних рис можна відзначити набагато вищі, ніж у середньому по масиву, показники «ЄС» та регіональних партій – «Єднання» В. Буряка та команди С. Мінька. Другий кластер представлено сільськими поселеннями та маленькими містечками, де високі показники ОПЗЖ і Опозиційного блоку. Набагато цікавіша ситуація із третім кластером, куди увійшло сім досить різних громад з усіх куточків області. Комишуваську, Михайлівську, Більмацьку, Комиш-Зорянську, Роздольську, Великобілозерську та Широківську ОТГ об'єднує аномально висока, інколи в десятки разів більша, аніж у середньому по області, підтримка окремих політичних партій. Причому в кожній громаді такий «електоральний джокер» свій. Наприклад, у Більмаку, Комиш-Зорі та Комишувасі – це «Слуга народу», у Роздолі, Великій Білозерці та Михайлівці – «За майбутнє», у Широкому – «Порядок». По суті, ідеться про розосередження адміністративного ресурсу, коли політичний суб'єкт уже (або ще) не має організаційних та фінансових можливостей маніпулювати виборами по всій області, проте здатний «забезпечити результат» хоча б на «своїй» маленькій території.

Висновки і пропозиції. У процесі нашого дослідження ми дійшли таких висновків.

По-перше, протягом 2015–2020 рр. жодна політична сила в регіоні не змогла втримати свої показники, а з восьми переможців виборів 2015 р. до обласної ради за п'ять років лише троє змогли отримати депутатські мандати, а двоє взагалі зникли з політичної авансцени. Звідси і надзвичайно високі показники індексу Педерсена та висока міграція виборців не лише поміж електоральними акторами, але й між різними ідейно-політичними спектрами, що особливо посилилася після появи В. Зеленського та його команди.

По-друге, основна лінія розмежування в електоральному просторі, як у 2015 р., так і у 2020 р., пролягала між містом та селом. Проте із часом конфігурація цього розколу склала надзвичайно складною, включивши до себе внутрішньоспектрову конкуренцію за територіальною ознакою, ідеологічну дихотомію (умовно «проукраїнське Запоріжжя» та «проросійське село») та значний кластер територій із «керованим голосуванням».

По-третє, за результатами аналізу електоральної статистики зафіксовано групу електоральних суб'єктів, голосування за які не вписувалося в існуючі контори розколів. Зазвичай це партії влади (у 2015 р. – «ЄС», у 2020 р. – «СН») або політсили із чіткою персоналістською орієнтацією (ВО «Батьківщина»). Отже, можна говорити про «панівні» або, навпаки, «маргінальні» партії, що займають відокремлене становище в умовній просторовій моделі регіонального електорального простору.

По-четверте, різке зниження електоральної активності у 2020 р. призвело до значного викривлення представництва різних політсил в обласній раді, зокрема до втрати мандатів партіями, що спиралися на підтримку міського населення. Час покаже, чи це був разовий епізод, пов'язаний із пандемією коронавірусу, або йдеться про довгострокову тенденцію міського абсентеїзму.

Загалом, електоральний простір Запорізької області протягом останніх п'яти років лишався надзвичайно складним, багатовимірним та неусталеним, зазнавав постійних змін і трансформацій.

Перспективним напрямом подальших досліджень може стати диференціація електоральних преференцій запоріжців, визначення соціокультурних та соціально-економічних чинників, що впливали на електоральний вибір.

Список використаної літератури

1. Авксентьєв А. Сучасна теорія голосування в контексті українських електоральних трансформацій : дис. … канд. політ. наук: 23.00.01. Харків, 2017. URL: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/15071/3/avksentyev_disser.pdf.

2. Ахременко А. Электоральное пространство: теоретико-методологические проблемы : автореф. дис. … докт. полит. наук: 23.00.01. Москва, 2009.

URL: https://www.dissercat.com/content/elektoralnoe-prostranstvo-teoretiko-metodologicheskie-problemy/read.

3. Петров Н., Титков А. Электоральный ландшафт. Россия в избирательном цикле 1999–2000 гг. / под ред. М. Макфола, Н. Петрова, А. Рябова ; Московский Центр Карнеги. Москва : Гендальф, 2000. С. 49–96.

4. Арбатская М. Электоральное пространство и управление избирательными правами граждан: методологические и методические основы анализа. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/15084806.pdf.

5. Мелешкина Е. Формирование партийных предпочтений избирателей в посткоммунистических странах Восточной Европы : основные концепции. *Политическая наука.* 2000. № 3. С. 51–66.

6. Голосов Г. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов. *Политические исследования.* 1997. № 4. С. 44–57.

7. Вишняк О. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи : монографія. Київ : Ін-т соціології НАНУ, 2000. 308 с.

8. Авксентьев А.О. Эффекты избирательных систем на местных выборах: открытые списки в заложниках электоральной географии. URL: http://od.org.ua.

9. Кривицька О. Міжрегіональний «розкол» України: чинники поглиблення. *Політичний менеджмент.* 2008. № 2. С. 51–65.

10. Ротар Н. Циклічні політичні процеси в Україні трансформаційного періоду : методологічні проблеми дослідження та викладання. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/7823/1/02.pdf.

11. Звіт про результати соціологічного дослідження «Електоральні настрої запоріжців: осінь 2017» / за ред. Н. Кузьмічової. Запоріжжя : MLS-group, 2017. 32 с.

12. Звіт про результати регіонального опитування екзит-полл 31.03.2019/заред.О.Зубченка.Запоріжжя:Південноукраїнськийгуманітарнийальянс, 2019. 18 с.

13. Туровский Р.Ф. Электоральное пространство России: от навязанной национализации к новой регионализации? URL: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/nsq00o1s9z/direct/67381264.pdf.

Zubchenko O. S. Structuring the electoral space of the Zaporozhye region in 2015–2020

The article is devoted to the actual problems of changes in the regional space in the region under decentralization and growth of the political weight of local elections. The author is aimed at determining the factors of structuring the electoral space of the region in the last electoral cycle, to determine the existing electoral scopes, to explain their nature. In the study, a high level of insufficiency of the electoral space of the Zaporizhzhya region is stated. This is evidenced by the high values of the Index of Pedersen, a qualitative and quantitative change in the 2015 election winners and 2020. There is also a significant migration of voters between various electoral actors and ideological and political spectra. Using the capabilities of the SPSS package and the method of correlation and cluster analysis, the main electoral split in the region are singled out. In 2015, the greatest influence on electoral behavior of voters had a spatial factor. Allocated urban (“Ukrop”, “Self-help”) and rural political projects, the existence of local points of flow of the

electorate between the "opposition bloc" and "new policy" is noted. It is indicated that in 2020, the vectors of electoral demarities were significantly complicated due to the emergence in large cities of influential regional parties, manifestations of internal competition in tetrad of OPGZ – "order" – the "order" – the batch of beets, the strengthening of polarization "Proukrainian city – a pro-Russian village". The formation of a cluster of territories with a high level of electoral mobilization is also noted, indicating a "managed vote". The author concludes that a significant decline in the voters in cities, led to the emergence of the "distorted representation" and large territorial imbalances in the distribution of parliamentary mandates. Also established a separate location in the matrix of the electoral space of "parties of power" by political leadership type.

Key words: *electoral space, Index Pedersen, electoral split, distorted representation, managed vote.*

УДК 316.346.32-053.6 (477.63 + 477.64)
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.8

В. В. КАРИТКА
аспірант кафедри соціології та масових комунікацій,
Криворізький державний педагогічний університет

МОЛОДЬ ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ ЯК СПЕЦИФІЧНА СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНА ГРУПА (НА ПРИКЛАДІ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ТА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ)

У статті проаналізовано молодь як специфічну соціально-демографічну групу, обґрунтовано різноманітні підходи до визначення її характеристик і ознак. Уточнено, що молодь – це специфічна соціально-демографічна група, віком від 15 до 35 років, яка має особливі соціально-психологічні якості, свою специфіку самовизначення, самоорганізації, самоідентифікації; перебуває у стані дотрудової чи початкової трудової соціалізації; формує професійно-соціальний статус, виконує відповідні йому соціальні ролі; здійснює соціокультурну поведінку на основі засвоєних соціальних стандартів і норм; є носієм значного інноваційного і трудового потенціалу і рушієм суспільних змін.

Здійснено кількісний аналіз вікового та статевого складу молоді в Україні, а також у Дніпропетровській та Запорізькій областях.

Обґрунтовано, що молодь, яка проживає у промислових регіонах України, являє собою специфічну соціально-демографічну групу віком від 15 до 35 років, яка має такі самі ознаки, як і молодь країни загалом. Молодь промислових регіонів виконує такі функції в їхньому розвитку: освітньо-професійну, інтеграційну, соціодемографічну, соціалізаційну, економічну, інноваційну, комунікативну, регулятивну, наслідування та накопичення соціального досвіду, культурно-дозвіллєву.

Доведено, що специфічними особливостями молоді промислових регіонів є такі: значно коротший життєвий період дорослішання, ніж у їхніх однолітків в інших регіонах; обмеженість професійного вибору для реалізації свого трудового потенціалу; динамічність інтеграції до економічно активної спільноти матеріального виробництва; більша схильність до девіантних форм поведінки, зокрема вживання наркотиків, тютюну, алкоголю тощо та правопорушень.

Ключові слова: *молодь, промисловий регіон, інтеграція, соціалізація, ідентифікація, соціально-демографічні та поведінкові характеристики.*

Постановка проблеми. У соціологічній науці здійснення аналізу соціальних явищ і процесів зазвичай відбувається відповідно до різноманітних ознак чи характеристик. Коли аналізується соціальна поведінка членів суспільства, то виокремлюються різноманітні соціальні групи за різними ознаками: за демографічними,

© В. В. Каритка, 2021

професійними, етнічними, національними, культурними тощо. Останніми роками вплив і роль молоді у промислових регіонах невпинно зростають, проте залишаються малодослідженими характеристики молоді промислового регіону як специфічної соціально-демографічної групи.

Варто зазначати, що питання визначення особливих характеристик, якими можна наділити молодь загалом як специфічну соціально-демографічну групу, досить складне. Це пояснюється тим, що в науковій сфері, особливо в соціологічній науці, постійно змінюються її вікові, професійні та соціальні характеристики. Можна цілком погодитися з Б. Буяком, який зазначає, що «питання визначення поняття «молодь», критерії виділення її в самостійну групу, вікових та інших меж служать основами полеміки для науковців та практиків у сфері молодіжної проблематики. Політологи розглядають молодь як інноваційний ресурс розвитку країни, соціологи – як соціокультурну групу, психологи – як групу із властивими їй психофізичними особливостями дорослішання особи» [1, с. 202].

У роботі ставиться ще складніше завдання – з'ясувати специфічні риси молоді не тільки країни, а промислового регіону, до яких в Україні доцільно віднести Донецький, Запорізький, Дніпровсько-Криворізький, а також виявити її роль у реалізації доктрини сталого розвитку. Для цього передусім необхідно виявити особливості молоді загалом, а потім охарактеризувати її специфічні риси, якщо такі виокремлюються, на рівні промислового регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам дослідження молоді як специфічної соціально-демографічної групи приділяли увагу чимало соціологів. Українські соціологи Л. Аза, О. Вишняк, Є. Головаха, В. Матусевич, В. Осовський, М. Чурилов, як зазначає В. Городяненко, свої наукові дослідження молоді переважно розгортали в координатах соціологічної теорії молоді, структурували за такими напрямами: особливості формування трудових орієнтацій та життєвих планів різноманітних її соціально-демографічних категорій [2].

Однак, незважаючи на велику кількість досліджень молоді, однозначного визначення її як соціально-демографічної групи дотепер немає. Тому здійснимо екскурс в історію визначення. Доцільно розпочати визначення молоді з енциклопедичних словників, в одному з яких її визначають як «соціально-демографічну групу, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального стану, зумовленого соціально-психологічними властивостями. Вони визначаються суспільним устроєм, культурою, закономірностями соціалізації та виховання, яке здійснюється в даному суспільстві» [3]. Одним із перших соціологів визначення молоді дав І. Кон, яке подібне до процитованого і теж уперше було подано у «Великій радянські енциклопедії», однак воно дещо ширше. Молодь, на думку

І. Кона – це «соціально-демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального становища й обумовлених тих чи інших соціально-психологічних властивостей. Молодість як певна фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові рамки, пов'язаний із нею соціальний статус і соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу і залежать від суспільного устрою, культури і властивих даному суспільству закономірностей соціалізації» [4]. Однак ці визначення молоді, які були сформульовані ще за радянських часів, частково втратили свою актуальність.

Мета статті – уточнення молоді як соціально-демографічної групи, визначення її функцій і особливостей у промислових регіонах на прикладі Дніпропетровської та Запорізької областей України.

Виклад основного матеріалу. Українська дослідниця С. Федушко визначає молодь як велику групу, яку «виділяють на підставі сукупності певних соціально-демографічних характеристик: вікових характеристик, особливостей соціального стану, соціально-психологічних особливостей. Найчастіше вдаються до використання вікових ознак як найголовнішого параметра, що характеризує молодь як певну соціально-демографічну групу. Нерідко розглядають молодь як перехідну фазу від соціальної ролі дитини до соціальної ролі дорослого. Інколи її визначають як соціально-демографічну групу, що перебуває у процесі соціалізації» [5, с. 79–80].

Більш глибоке визначення молоді подає український соціолог В. Піча, розглядає її як «суспільно диференційовану соціально-демографічну спільноту, якій притаманні специфічні фізіологічні, соціально-психологічні, теоретико-пізнавальні, культурно-освітні й інші властивості, що характеризують її біосоціальне дозрівання як здійснення самовиразу її внутрішніх сутнісних сил і соціальних якостей» [6 с. 180]. У цьому визначенні окреслюються не тільки соціально-психологічні властивості, але й культурні, ідентифікаційні, соціалізаційні. Справді, молодь – це не просто вікова соціальна група, а специфічна група, яка перебуває в пошуку себе, своїх життєвих цілей і пріоритетів, визначення свого життєвого та професійного шляху.

Як зазначає М. Гелемей, у сучасному розумінні молодь – це «специфічна соціально-демографічна група суспільства, яка є неоднорідною, має внутрішню диференціацію, визначається особливостями діяльності, способом життя, динамічністю, інноваційним потенціалом» [7]. У цьому визначенні акцент робиться на неоднорідність, диференціацію, інноваційніть та динамічність – це, справді, ті риси, які властиві молоді, адже молоді люди у своїй більшості не хочуть жити в тенетах минулого «батьківського», а прагнуть швидких змін, нових вражень та чогось такого, що свідчило б про їхню самостійність та незалежність.

Слушно зазначає О. Каретна, що інтегроване поняття молоді включає такі ознаки: «вікові межі та соціально-психологічні особливості;

специфіку соціального статусу, рольових функцій і соціокультурної поведінки; специфіку соціально-демографічної групи; специфіку процесу соціалізації, в якому поєднується соціальна адаптація й індивідуалізація; специфіку самовизначення, самоорганізації, самоідентифікації» [8, с. 290] .

Як бачимо, дослідниця в усіх характеристиках молоді як соціально-демографічної групи вбачає специфіку, тобто такі особливості, які відрізняють цю соціально-демографічну групу від інших. Ми погоджуємося з таким розумінням молоді, оскільки її специфічність, тобто особливість, не тільки виокремлює її з-поміж інших, але й надає їй властивостей серйозно впливати на розвиток суспільних подій.

Як підкреслює О. Каретна, молодь доцільно розглядати й аналізувати її особливості не тільки в соціально-демографічному аспекті, але й у таких:

– у соціально-психологічному підході молодь – це «люди певного віку зі своїми біологічними і психологічними стосунками, і тому вона має всі особливості вікового класу»;

– у конфліктологічному, тому що молодь – це «важкий, повний стресів і надзвичайно важливий період життя»;

– у рольовому підході, відповідно до якого молодь – це «особлива поведінкова фаза в житті, коли вони більше не грають (дитячих) ролей і водночас не є повноправними носіями ролей дорослого»;

- у субкультурному, бо молодь – це «група зі своїм специфічним способом життя, стилем поведінки, культурними нормами і цінностями»;

– у соціалізаційному, згідно з яким молодь – це «період соціального зростання, первинної соціалізації, головна мета молоді – самовизначення, персоналізація»;

– в інтеракціоністському, де молодь трактується як «один із трьох станів душі, властивих кожній людині» [8, с. 289].

Проте, перш ніж визначити ці особливості, варто визначити віковий ценз молоді, а також її функції в суспільстві як головні її ознаки.

Соціологи наприкінці минулого століття молоддю вважали осіб віком від 15 до 28 років, пізніше вважалося, що межа молодіжного віку – від 16 до 30 років. Проте в Законі України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді» зі змінами, внесеними згідно із Законом від 23 березня 2004 р., зазначено, що «молоддю вважаються громадяни віком від 14 до 35 років» [9, с. 38].

Не можна не згадати вікову класифікацію Всесвітньої організації охорони здоров'я, відповідно до якої молодим віком уважається вік від 25 до 44 років, середнім 44–60 років; 60–75 років – похилим; 75–90 років – старечим; а особи, які досягли 90 років, уважаються довгожителями [10]. З огляду на те, що в Україні середня тривалість життя одна з найнижчих у Європі, уважаємо за доцільне дотримуватися законодавчих вікових меж молодого віку – 15–35 років.

До цієї вікової групи належать старшокласники, учні ліцеїв, коледжів, вищих навчальних закладів, молодь, яка працює, і молодь, яка не працює.

Саме ця частина суспільства, як слушно підкреслює О. Абашина, виконує низку важливих соціально-економічних функцій у суспільстві, які забезпечують відтворення народонаселення, соціуму та трудового потенціалу:

– *освітньо-професійну*, оскільки саме на етапі своєї молодості люди завершують загальну освіту, обирають професію, здійснюють первинну професійну підготовку в навчальних закладах або на робочому місці;

– *інтеграційну*, яка забезпечує інтеграцію молоді у трудову та соціальну діяльність, тобто отримання першої роботи, виконання певних соціальних функцій;

– *соціодемографічну*, яка пов'язана з формуванням сім'ї та забезпеченням демографічного відтворення населення;

– *функцію соціалізації*, що забезпечує завершення соціалізації та періоду становлення особи, здобуття певного соціального статусу [11].

На наш погляд, цими функціями не вичерпується роль молоді в суспільстві. Доцільно додати:

– *економічну функцію*, яка полягає в тому, що молодь є частиною економічно активного населення, яка робить свій трудовий внесок у валовий національний продукт країни, тим самим забезпечує себе і свою сім'ю фінансами, необхідними для нормального життя;

– *інноваційну функцію*, оскільки саме молодь здебільшого є носієм і утілювачем новітніх ідей, технологій, економічних та технічних рішень, культурних зразків, моди, нових брендів у всіх сферах життєдіяльності суспільства тощо, не боїться, що вони будуть несхвально сприйняті в суспільстві;

– *комунікативну функцію*, під час реалізації якої відбувається задоволення потреб молоді у спілкуванні не тільки зі своїми однолітками, друзями, але й зі старшими за віком і статусом людьми: батьками, родичами, учителями, викладачами, тренерами, наставниками тощо, що відбувається на основі взаєморозуміння та підтримки;

– *регулятивну функцію*, коли молодими людьми здійснюється моральна регламентація поведінки молодіжних товариств, груп, організацій, спільнот, відбувається обмін інформацією, знаннями у спілкуванні один з одним та з іншими людьми;

– *функцію наслідування та накопичення соціального досвіду*, яка полягає в тому, що саме молодь наслідує та накопичує соціальний досвід своїх батьків, а також транслює наступному поколінню, тобто своїм дітям, соціальний досвід, цінності, норми, традиції, звичаї, які накопичені ними від батьків та збережені. Так відбувається міжпоколінна соціокультурна трансформація;

– *культурно-дозвіллєву функцію*, що передбачає задоволення потреб у формуванні культури, молодіжної субкультури, контркультури, етиці поведінки, цікавому дозвіллі, яке сприяє культурному відтворенню молоді.

Розглянуті функції визначають роль і значення молоді в суспільстві. Проте їхнє змістове наповнення потребує більшої уваги, оскільки молодь, справді, є тією частиною суспільства, яка не тільки змінює та динамізує суспільство, але й вносить у його життя нові ідеї, пропозиції, явища і процеси.

Як зазначає О. Каретна, молодь «історично завжди виступає носієм соціальних змін. Коли говорять про те, що держава, суспільство повинні організовувати молодь, підсвідомо робиться настанова, що молодь треба інкорпорувати в системи, що склалися. Але саме молодь і є носієм і активним учасником соціальних перетворень, тобто змінює систему» [8, с. 289]. Не можна не акцентувати увагу на тому, що серед молоді є й економічно неактивна частина, до якої належать:

– по-перше, студенти, учні, тобто всі молоді люди, хто навчається;

– по-друге, військові, які відбувають строкову службу у Збройних силах України або перебувають у зоні операції об'єднаних сил на Сході України;

– по-третє, молодь, яка займається з батьками або самостійно в домашніх (фермерських) господарствах;

– по-четверте, молоді люди, які не навчаються і не працюють, і/або належать до безробітних;

– по-п'яте, девіанти, тобто залежні від наркотиків, алкоголю тощо, а також ті, хто повернувся з місць позбавлення волі.

Отже, молодь «як суб'єкт економічно зайнятості, з одного боку, є частиною загальних трудових ресурсів суспільства із притаманними їй рисами, з іншого боку, вона має низку особливостей і певну специфіку» [11, с. 228].

Свої особливості має молодь промислових регіонів України, оскільки в них простежується теж своя специфіка, яка накладає відбиток на виховання, соціалізацію та розвиток молоді.

Великими промисловими регіонами в Україні вважаються Дніпропетровська, Донецька, Луганська, Запорізька області. Оскільки значні території Донецької та Луганської областей тимчасово окуповані, то зосередимо увагу на регіональних особливостях молоді Дніпропетровської та Запорізької областей.

На офіційному сайті Запорізької області зазначається, що вона є одним із найбільш технологічно розвинених регіонів України зі значним науково-технічним та виробничим потенціалом, у якому діють понад 160 потужних промислових підприємств чорної та кольорової металургії, серед яких відкриті акціонерні товариства «Запоріжсталь» – провідний виробник сталей та чавуну, «Дніпроспецсталь» – виробник спеціальних сталей, «Український графіт» – провідний виробник

графітованих електродів, «Запорізький виробничий алюмінієвий комбінат» – єдиний в Україні виробник алюмінію й основної сировини для його виробництва – глинозему, «Титано-магнієвий комбінат» – єдиний в Україні виробник губчатого титану, провідне підприємство з виробництва германію та кристалічного кремнію. Регіон є провідним центром вітчизняного авіадвигунобудування, виробництва трансформаторів та іншої високотехнологічної продукції, яка є фірмовим запорізьким брендом, маркою світового класу якості та надійності [12]. На території Запорізької області, яка займає 5% території країни, працюють також Запорізька ГРЕС і АЕС (Енергодар), Дніпрогес (Запоріжжя), є великі поклади корисних копалин. Чисельність населення становить 1,7 млн осіб, 38% працездатного населення працює у промисловості, в області працюють 24 вищі навчальні заклади і навчається 60 500 студентів [13].

Іншим великим промисловим регіоном України є Дніпропетровська область, чисельність якої становить 3 146,1 млн осіб [14]. Дніпропетровська область – один із найбільш економічно розвинених регіонів України. Характеризується вигідним географічним положенням, багатими природними ресурсами, потужним промисловим та науковим потенціалом, розвинутим сільськогосподарським виробництвом, високим рівнем розвитку транспорту і зв'язку. Промисловий потенціал характеризується високим рівнем розвитку важкої індустрії. На підприємства ГМК припадає більше 67% усієї реалізованої продукції області. У регіоні здійснюють господарську діяльність понад 4 тисячі промислових підприємств майже всіх основних видів економічної діяльності, загальний рівень зайнятості – приблизно 295,9 тисяч осіб [15].

Представлена вище інформація про виробничий потенціал Запорізької та Дніпропетровської областей свідчить про те, що вони разом становлять потужний промисловий Дніпровсько-Запорізький регіон, найбільший в Україні. А це означає, що життя мешканців цього промислового регіону визначається особливостями діяльності великих промислових підприємств, зокрема гірничо-видобувного комплексу, високою зайнятістю населення та важкою працею, водночас досить високими заробітками, порівняно з іншими регіонами України.

Статистичні дані свідчать, що станом на 1 грудня 2020 р. всього в Україні проживало 11, 3 млн молодих людей віком від 15 до 35 років, з них 5,8 млн (51,3% від загальної кількості) – представники чоловічої статі, 5,5 млн (49,7% від загальної чисельності) – представниці жіночої статі [16].

У Дніпропетровській області проживало 834 тисячі молодих осіб, що становить 7,4% від загальної кількості молоді в Україні, з них 406 тисяч осіб чоловічої статі і 436 тисяч жіночої, що відповідно становить 7,0 і 7,9% від загальної кількості чоловіків і жінок зазначеного віку в Україні.

У Запорізькій області чисельність молодих людей майже удвічі менше, ніж у Дніпропетровській області, і становить 436 тисяч осіб (3,8% від загальної чисельності в Україні), серед них 223 тисячі представників чоловічої статі (51%) і 213 тисяч представниць жіночої статі (49%) [16].

Статистика свідчить, що в молодому віці чоловіків на 2% більше, ніж жінок, як в Україні, так і у промислових Дніпропетровській та Запорізькій областях. Якщо говорити про кількісний склад молоді цих областей, то варто зазначити, що це приблизно 1, 3 млн осіб, з них до 130 тисяч (вік від 15 до 17 років включно) – це учні старших класів загальноосвітніх шкіл, приблизно 140 тисяч – студенти вищих закладів освіти. Інші – практично 1,05 млн осіб молодого віку – трудовий потенціал промисловості цих областей. Частина молодих юнаків перебувають на строковій службі, частина беруть участь в операції об'єднаних сил на Сході України, інші працюють або перебувають у стані пошуку роботи.

Оскільки в соціологічній літературі вітчизняних науковців спеціальних досліджень для з'ясування особливостей поведінки молоді у промислових регіонах знайти не вдалося, то обґрунтуємо їх на основі власного досвіду і спостережень, які проводилися упродовж 5 років у Дніпропетровському та Запорізькому промислових регіонах.

Перша особливість полягає в тому, що *підлітки у промислових регіонах раніше дорослішають,* ніж їхні однолітки в інших містах, отже, їхня соціалізація відбувається швидше, молодість приходить у більш ранньому віці, десь приблизно у 13–14 років. У цьому віці вони вже добре адаптовані, мають плани на майбутнє. Значна частина з них, особливо юнаки, які не мають особливого професійного вибору, прагнуть наслідувати професію своїх батьків, які все своє життя присвятили гірничо-видобувній і/або металургійній промисловості, тому починають своє трудове життя із професійних училищ і/або коледжів гірничого чи металургійного профілю.

Друга особливість полягає в тому, що більшість молодих людей у промислових містах *не мають особливо широкого вибору для реалізації свого трудового потенціалу,* окрім промисловості та підприємств гірничо-металургійного комплексу. Тобто їхня професійна орієнтація має промисловий вектор, оскільки вони в основному пов'язують своє професійне життя із промисловістю.

Третя особливість молоді, яка проживає у промисловому регіоні, полягає в тому, що вона *більш динамічно інтегрується в економічно активну спільноту матеріального виробництва,* тому що:

– по-перше, у таких регіонах обмежені можливості інтелектуальної чи культурної праці, а перенасиченість промисловими підприємства зумовлює більш активне їх залучення саме до промислової сфери діяльності;

– по-друге, на промислових підприємствах існують більш-менш високі і стабільні заробітки, особливо в гірничо-видобувному та металургійному комплексі;

– по-третє, професійна орієнтація навчальних закладів пов'язується здебільшого із промисловою сферою.

Четверта особливість молоді промислових регіонів виявляється в тому, що вони більш, ніж молодь інших регіонів, *схильні до девіантних форм поведінки*, оскільки в підлітковому віці вони нерідко самовиховуються в середовищі однолітків «вулиці», оскільки батьки щоденно перебувають на роботі та приділяють мало уваги дітям, які долучаються до девіантних груп. Так, невипадково в рамках реформування системи кримінальної юстиції щодо неповнолітніх в Україні у 2016 р. було створено окрему організаційну структуру – ювенальну пробацію. У 14 містах України (Дніпро, Кривий Ріг, Запоріжжя, Мелітополь, Маріуполь, Київ, Житомир, Львів, Рівне, Одеса, Миколаїв, Харків, Кропивницький, Полтава) функціонують центри ювенальної пробації, діяльність яких забезпечує спеціально підготовлений персонал. На обліку центрів перебуває 181 підліток. Це становить приблизно 20% від загальної кількості неповнолітніх, якими опікуються органи пробації. У першому півріччі 2019 р. за обліком секторів ювенальної пробації пройшли 266 неповнолітніх [17]. Підлітки та юнацтво промислових регіонів частіше вдаються до вживання наркотиків, алкоголю, до скоєння правопорушень.

Так, за відомостями ГПУ, в Україні у 2018 р. було зафіксовано 23 163 випадки порушення законодавства у сфері обігу наркотичних засобів та психотропних речовин, переважали злочини, які пов'язані з незаконним виробництвом, придбанням, зберіганням, перевезенням, пересиланням наркотичних засобів або психотропних речовин без мети збуту. Так, протягом 2018 р. було обліковано 17 906 таких правопорушень. За незаконне виробництво, виготовлення, придбання, зберігання, перевезення чи пересилання з метою збуту, а також незаконний збут наркотичних засобів, психотропних речовин або їхніх аналогів було обліковано 5 257 таких правопорушень. В Україні з 1995 р. на регулярній основі здійснюється опитування учнівської молоді в рамках міжнародного проекту «Європейське опитування учнів щодо вживання алкоголю та інших наркотичних речовин – ESPAD", яке проводиться за підтримки Європейського моніторингового центру з наркотиків та наркотичної залежності (м. Лісабон, Португалія). Опитування проводиться кожні чотири роки й охоплює учнівську молодь віком 14–17 років. У 2019 р. в Україні відбулася сьома хвиля опитування, яка охопила 8 509 респондентів (4 108 хлопців та 4 401 дівчину), які є учнями сільських та міських закладів загальної середньої освіти, закладів професійної технічної освіти. Результати 2019 р. демонструють, що доступ до алкоголю збільшився – більше половини опитуваних відзначили, що легко можуть дістати пиво, вино або слабоалкогольні

напої. Більшість (85,7%) опитаних підлітків мають досвід уживання алкоголю (82,7% серед хлопців та 88,4% серед дівчат). Майже половина (46,3%) респондентів мають «значний» досвід уживання алкоголю – пили алкогольні напої десять разів і більше. У десять років або раніше вперше спробували алкоголь 13,4% опитаних [18, с. 8, 34]. І більшість таких правопорушень припадає на промислові регіони, де кількість культурних закладів менше, рівень заробітної платні вищий, ніж у сільськогосподарських чи туристичних регіонах, є більші фінансові можливості придбати алкогольні чи наркотичні засоби.

Висновки і пропозиції. Отже, молодь – це специфічна соціально-демографічна група віком від 15 до 35 років, яка має особливі соціально-психологічні якості, свою специфіку самовизначення, самоорганізації, самоідентифікації; перебуває у стані дотрудової чи початкової трудової соціалізації; формує професійно-соціальний статус, виконує відповідні йому соціальні ролі; здійснює соціокультурну поведінку на основі засвоєних соціальних стандартів і норм; усуспільнюється завдяки виконанню певних соціальних функцій; є носієм значного інноваційного і трудового потенціалу та рушієм суспільних змін.

А молодь, яка проживає у промислових регіонах України, являє собою специфічну соціально-демографічну групу віком від 15 до 35 років, яка має такі ж *ознаки*, як і молодь країни загалом, а саме: а) перебуває на стадії трудової соціалізації і професійного самоствердження; б) навчається в системі освіти (середні загальні школи, ліцеї, коледжі, інститути, університети, академії); в) несе службу у Збройних силах України; г) в основному здійснює відтворення населення; ґ) є носієм соціальних змін і великого інтелектуального потенціалу, нових і новітніх знань; д) є провідником і прискорювачем упровадження у практику нових ідей, ініціатив, нових форм життя; е) поєднує водночас кілька видів діяльності – навчання, створення сім'ї, виховання дітей, соціально-політичну роботу; є) є найбільш активною частиною працездатного й економічно активного населення.

Молодь промислових регіонів виконує такі функції в їх розвитку: освітньо-професійну, інтеграційну, соціодемографічну, соціалізаційну, економічну, інноваційну, комунікативну, регулятивну, наслідування та накопичення соціального досвіду, культурологічно-дозвіллєву.

Специфічні особливості молоді промислових регіонів такі: 1) значно коротший життєвий період дорослішаня, ніж у їхніх однолітків в інших регіонах; 2) обмеженість у професійному виборі для реалізації свого трудового потенціалу; 3) *динамічність інтеграції* до економічно активної спільноти матеріального виробництва; 4) *більша схильність до девіантних форм поведінки*, зокрема вживання наркотиків, тютюну, алкоголю тощо, правопорушень.

Перспективними напрямами подальших досліджень є з'ясування ролі молоді в соціально-економічному розвитку промислових регіонів та реалізації свого інноваційного й інтелектуального потенціалу у втіленні доктрини сталого розвитку.

Список використаної літератури

1. Буяк Б. Молодь як особлива соціально-демографічна група в умовах становлення соціальної правової держави та громадянського суспільства. *Наукові записки*. 2020. № 36. С. 198–209. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/buiak_molod.pdf (дата звернення: 13.01.2021).

2. Городяненко В. Соціологія : навчальний посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2003. 559 с.

3. Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия. 2004. URL: http:// www.multitrade.com.ua (дата звернення: 13.01.2021).

4. Кон И. Молодежь. *Большая советская энциклопедия.* 3-е изд. Москва, 1974. Т. 16.

5. Федушко С. Особливості визначення та опису соціально-демографічних характеристик у соціальних комунікаціях. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository*. 2011. С. 79–80. URL: http://ena.lp.edu.ua (дата звернення: 13.12.2020).

6. Піча В. Соціологія : підручник. Львів : Світ, 1996

7. Гелемей М. Психологічний портрет осіб молодіжного віку, які вчиняють злочини екстремістської спрямованості. 2016. URL: http://elar.naiau.kiev.ua/bitstream/123456789/17175/1/M.pdf (дата звернення: 13.01.2021).

8. Каретна О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь». Одеса : ОНЮА. 2009. URL: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/294/app-37_Karetna_O_O_%28287-291%29.pdf?sequence=1&isAllowed=yc.290 (дата звернення: 13.01.2021).

9. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України, із змінами від 23 березня 2004 р. *Відомості Верховної Ради України.* 1992. № 34. С. 32–38.

10. Визначення віку, з якого особа може вважатися особою похилого віку: огляд міжнародного досвіду та національні практики. USAID. *Суспільство і право.* 2018. URL: https://www.prostir.ua/wp-content/uploads/2018/12/Огляд-міжнародного-досвіду.pdf. (дата звернення: 13.01.2021).

11. Абашина О. Молодь як суб'єкт економічної зайнятості. 2008. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/1092/1/34.pdf (дата звернення: 13.01.2021).

12. Промисловий потенціал регіону. *Запорізька обласна державна адміністрація.* URL: https://www.zoda.gov.ua/news/14713/promisloviy-potentsial-regionu.html 13 лютого 2012 (дата звернення: 13.01.2021).

13. Інвестиційний портал Запорізької області. URL: https://investment.zoda.gov.ua/uk (дата звернення: 13.01.2021).

14. Чисельність населення України у 2020 р. *Мінфін.* URL: https://index.minfin.com.ua/reference/people/ (дата звернення: 13.01.2021).

15. Паспорт області. *Дніпропетровська обласна державна адміністрація.* 2020. URL: https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/dnipropetrovshina/pasport-oblasti (дата звернення: 13.01.2021).

16. Розподіл постійного населення України за статтю і віком на 1 січня 2020 р. : статистичний збірник / Державна служба України. Київ, 2020. 344 с. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2020/roz_nas20.pdf (дата звернення: 13.02.2021).

17. Рівень повторної злочинності серед підлітків становить лише 1%. *Міністерство юстиції України.* 30.07.2019. URL: https://minjust.gov.ua/news/ministry/riven-povtornoi-zlochinnosti-sered-pidlitkiv-stanovit-lishe-1 (дата звернення: 13.12.2020).

18. Звіт щодо наркотичної та алкогольної ситуації в Україні за 2019 р. (за даними 2018 р.). Київ, 2019. 41 с. С. 8, 34. URL: https://cmhmda.org.ua/wp-content/uploads/2020/03/Zvit_shchodo_narkotychnoi_ta_alkoholnoi_sytuatsii_v_Ukraini_za_2019_rik.pdf (дата звернення: 13.06.2020).

Karytka V. V. Young people of an industrial area as a specific socio-demographic group (on the example of Dnipropetrovsk and Zaporozhye regions)

The article analyzes young people as a specific socio-demographic group, justifies different approaches to determining its characteristics and features. It is specified that the youth is a specific social-demographic group in the age from 15 to 35 years old with special socially-psychological qualities, it has own specific self-determination, self-organization, self-identification; it is capable of labour or primary labour socialization; it forms its professional and social status performing corresponding social roles, realizes socio-cultural behaviour on the basis of the learned social standards and norms; Young people are the bearers of significant innovation and labour potential and the drivers of social changes.

A quantitative analysis of the age and sex composition of young people in Ukraine, as well as in the Dnipropetrovsk and Zaporizhzhya regions was carried out.

It was substantiated that young people living in industrial regions of Ukraine represent a specific socio-demographic group aged from 15 to 35 years old and have the same attributes as the youth of the country as a whole. The youth of industrial regions perform the following functions in their development: educational and professional, integrative, sociodemographic, socialising, economic, innovative, communicative, regulatory, imitative, cultural and recreational, and function of social experience accumulation.

Meanwhile, the specific features of young people in industrial regions are as follows: a significantly shorter life period of growing up than in their peers in other regions; limited choice of their professional choice for realizing their labour potential; dynamic integration into an economically active community of material production; greater inclination towards deviant behaviour, in particular the use of drugs, tobacco, alcohol, etc. and delinquency.

Key words: *young people, industrial region, integration, socialization, identification, socio-demographic and behavioral characteristics.*

УДК [316.752:303.62]-053.6 (477.61)
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.9

К. М. КОТЕЛЕНЕЦЬ
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри філософії та соціології,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

А. Р. СУРМАЙ
здобувачка вищої освіти,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ МОЛОДІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

У статті розглянуто значущість розвитку ціннісних орієнтирів на життєвому шляху молодої людини. Сконцентровано увагу на тому, що кожна людина, зокрема й із з числа молоді, від народження вже має певні відносини, уявлення щодо тих чи інших речей і, базуючись на них, формує важливі для себе цінності, які створюють ціннісний каркас молодої людини сучасності. Молодь же виступає двигуном, що веде суспільство до всебічного розвитку. Тому важливим стало дослідження процесу становлення ціннісних орієнтирів саме серед молоді.

Звернуто увагу на те, що ціннісні орієнтації є надзвичайно важливим компонентом структури особистості, у них зосереджений увесь життєвий досвід, який був накопичений особистістю в її індивідуальному розвитку. Абсолютно будь-яка матеріальна дія людини наповнена ціннісним ставленням її як до об'єкта, на який спрямована ця дія, так і до самої цієї дії. Ціннісне ставлення взаємопов'язане з діями матеріальними, через що матеріальні відносини беруть активну участь у створенні цінностей.

У статті досліджено ціннісні орієнтири молоді Луганської області в реаліях сучасного суспільства за допомогою опитувальника Шалома Шварца (скорочена версія та модифікована під молодіжні ціннісні орієнтири). Виявлено, як молодь ставиться до різних типів ціннісних орієнтацій, що впливає на формування того чи іншого орієнтира, як можна вплинути на процес формування орієнтирів. Зазначено, що головні ціннісні орієнтири молоді Луганської області зосереджуються у трьох ціннісних кластерах (за методикою Ш. Шварца, яка використовувалась у скороченому вигляді): Self-Direction (Самостійність), Security (Безпека) та Benevolence (Доброта). З'ясовано, що молодь орієнтована перебусім на самостійність, безпеку, сімейне благополуччя та дружбу, а вже потім на кар'єрний розвиток та визнання.

Проведений аналіз дав змогу стверджувати, що ми маємо неоднозначний та суперечливий образ ціннісних орієнтирів молоді Луганської області. Він показує зниження рівня освіченості в молоді, прагнення до

© К. М. Котеленець, А. Р. Сурмай, 2021

самозайнятості, зневіру у власних силах щодо змін політичного, економічного, соціального життя міста та країни. Досліджено, що серед молоді є зародки участі в житті громад, жага до висловлювання своєї думки та прагнення до всебічного розвитку.

Ключові слова: *молодь, цінність, ціннісні орієнтири, типи ціннісних орієнтацій, суспільство.*

Постановка проблеми. Модель поведінки будь-якої людини безпосередньо залежить від того, які вона має ціннісні орієнтири, так званий «моральний компас». Ціннісні орієнтири виступають «стрижнем» людської свідомості, яка, у свою чергу, забезпечує цільність людини і проявляється в певному типі її поведінки, в інтересах, переконаннях і поглядах. У всі часи існування нашого суспільства молоде покоління завжди було і нині є рушійною силою, яка відповідає за всебічний розвиток суспільства. Молодь, або молоде покоління, – це та частина населення України, яка перебуває у віковому діапазоні від 14 до 35 років. Для забезпечення кращого майбутнього нашого суспільства варто дослідити процес становлення ціннісних орієнтирів у молоді, виявити, як сама молодь ставиться до різних типів ціннісних орієнтацій, що саме впливає на формування того чи іншого орієнтира, як можна вплинути на процес формування орієнтирів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для кращого розуміння сутності поняття «ціннісні орієнтири» доцільним буде розглянути теоретико-методологічне обґрунтування такого поняття, як «цінність». Важливість вивчення цього питання можна дослідити у працях таких відомих учених і суспільних діячів: М. Кагана, А. Маслоу, Ф. Ніцше, К. Ясперса, А. Камю, О. Лосєва, В. Розанова, М. Шелера й інших. За М. Шелером, цінність є феноменом, що самопроявляється в акті «емоційної інтуїції».

Проблематикою формування ціннісних орієнтирів у молоді також цікавляться М. Корнєв, В. Бебик, М. Головатий, Є. Головаха. Учені дослідили шлях становлення орієнтирів і дійшли висновків, що вони формуються протягом усього життя шляхом соціалізації людини [1].

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення ціннісних орієнтирів молоді Луганської області методом опитування протягом 2020 р., надання рекомендацій органам влади, молодіжним та громадським організаціям, навчальним закладам щодо роботи з молоддю.

Виклад основного матеріалу. XXI ст. цілком слушно можна вважати ерою новітніх технологій, необмеженості, уседозволеності в діях, думках, поведінці тощо. Молодь стає все більш розкутою, але водночас і більш вразливою. Вони легко піддаються впливу сучасних технологій, пропаганді розкутого способу життя, куди входять і шкідливі звички, і руйнування звичних суспільству традицій, норм, правил поведінки, що прямо впливає на становлення тих чи інших цінностей індивіда.

Народжуючись на світ, що вже має свою структуру, ієрархію речей та відносин, кожна пересічна людина отримує вже готові умови для власного існування. Вона обов'язково повинна сприйняти і їх у собі, а потім зрозуміти те суще свого сьогодення і почати рухатися до майбутнього. Людина здійснює своє існування через ціннісно-матеріальну діяльність. Причому ціннісно-матеріальне варто трактувати як особливий факт людського життя, у якому і ціннісне, і матеріальне існують завдяки своїй взаємозалежності та невід'ємності. Цілком будь-яка матеріальна дія людини наповнена певним ціннісним ставленням до об'єкта, на який спрямована ця дія, і до цієї дії. Ціннісне ставлення не може виникнути й існувати окремо від матеріальної дії. Тому матеріальні відносини тісно вплетені у створення цінностей [2]. М. Шелер розглядає цінності як незалежні від свідомості активні об'єкти, які діють на суб'єкт за допомогою своїх носіїв. Цінності виступають у феноменологічній аксіології як дієве начало, а суб'єкт залишається пасивним, лише споглядає їх [3]. Також їх можна визначити як феномен, якого немає поза спрямованою на них свідомістю (К. Ясперс, А. Камю).

Як самостійне поняття визначення ціннісних орієнтацій у вітчизняній науці вперше було наведено у праці А. Здравомислова та В. Ядова «Отношение к труду и ценностные ориентации личности» (1966 р.). Вчені розуміють під ціннісними орієнтаціями настанову особистості на ті чи інші цінності матеріальної та духовної культури суспільства. Ціннісні орієнтації є надзвичайно важливим компонентом структури особистості, у них начебто зберігається весь життєвий досвід, який був накопичений особистістю в її індивідуальному розвитку. Це той компонент структури особистості, який являє собою певну вісь свідомості, навколо якої обертаються помисли та почуття людини, з погляд якої вирішуються багато життєвих питань [4, с. 191].

Найвідомішою методикою вимірювання ціннісних орієнтації є діагностика Ш. Шварца (H. Shalom Schwartz). Під цінностями Шалом Шварц мав на увазі «пізнані» потреби, які безпосередньо залежать від культури, середовища, менталітету конкретного суспільства. В основі опитувальника Ш. Шварца лежить теорія, згідно з якою всі цінності поділяються на соціальні й індивідуальні. Опитувальник розроблений Шаломом Шварцем у 1992 р. Під час розроблення опитувальника автор використовував методику М. Рокича, якісно модифікував, розширив і вдосконалив її концептуальну базу [5]. У даному дослідженні методика психолога модифікована та спрощена.

Протягом 2020 р. було проведено опитування молоді Луганської області, серед питань, які ставилися молодим людям, були й питання щодо їхніх ціннісних орієнтацій. Для цього в опитувальнику була використана модифікована методика дослідження цінностей Ш. Шварца. У даному дослідженні аналізуються сім типів цінностей замість десяти, як у класичній методиці Ш. Шварца. З відповідями респондентів можна ознайомитись у табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл відповідей на питання: «За п'ятибальною шкалою оціни, наскільки важлива для тебе кожна цінність як керівний принцип у твоєму житті»

	Зовсім не важлива	Нижча за середню важливість	Середня важливість	Вища за середню важливість	Дуже важливо	Суперечить моїм життєвим цінностям
Багатство та гроші	3,1	9,3	23,9	30,1	32,5	1,0
Особиста незалежність, бути самостійним	1,4	2,9	11,7	23,0	58,1	2,9
Професіоналізм	1,2	2,4	11,0	17,7	63,4	4,3
Побутовий комфорт	1,2	4,5	13,4	26,8	51,0	3,1
Здатність вирішувати важливі проблеми	2,9	2,9	11,7	23,2	55,5	3,8
Здобуття нових знань, навчання	1,4	2,9	12,7	25,1	54,3	3,6
Спілкування із близькими по духу людьми, друзі	2,4	4,5	8,4	21,1	58,6	5,0
Розваги	2,2	10	27,3	29,4	27,5	3,6
Влада над людьми	20,1	20,1	26,8	16,3	10,3	6,5
Єднання із природою	6,0	14,6	29,9	24,4	23,2	1,9
Кохати та бути коханим (ною)	4,3	4,3	9,8	19,6	55,5	6,5
Міцне здоров'я	1,7	3,8	6,0	10,3	68,7	9,6
Міцні сімейні стосунки та міцна родина	2,6	3,6	7,4	12,2	65,3	8,9
Визнання, слава	12,4	17,7	29,4	21,5	15,3	3,6
Подорожі, подорожувати світом	4,1	5,5	17,7	25,8	40,7	6,2
Соціальна та громадська активність	6,2	12,9	26,8	29,7	22,2	2,2
Активна громадянська позиція	7,2	14,8	26,6	24,9	24,9	1,7
Відповідальність	2,2	6,0	8,6	23,9	53,6	5,7

Завданням розробленої схеми 1 є виявлення важливості кожного з типів у загальному ціннісному портреті молоді Луганської області. Отже, опитувальник надає змогу сформувати ціннісний портрет сучасної молоді.

Зі схеми (рис. 1) видно, що найважливішими цінностями для молоді Луганської області є трійка ціннісних кластерів, які отримали майже однакові позитивні відповіді, які коливаються в діапазоні похибки (79,4, 78,3 та 77,5% відповідно): Self-Direction (Самостійність), Security (Безпека) та Benevolence (Доброта).

Визначальна мета Self-Direction (Самостійність) полягає в самостійності мислення і вибору способів дії, у творчості та дослідницькій активності.

Мотиваційна мета Security (Безпека) – безпека для інших людей і себе, гармонія, стабільність суспільства і взаємин. Вона походить від базових індивідуальних і групових потреб. На думку Ш. Шварца, існує один узагальнений тип цінності безпеки (а не два окремих – для групового й індивідуального рівнів). Пов'язано це з тим, що цінності, які стосуються колективної безпеки, значною мірою відображають мету безпеки і для особистості (соціальний порядок, безпека сім'ї, національна безпека, взаємне розташування, взаємна допомога, чистота, почуття приналежності, здоров'я).

Завершує трійку лідерів серед типів цінностей тип Benevolence (Доброта). Це більш вузький «просоціальний» тип цінностей. У його основі лежить доброзичливість, сфокусована на благополуччі в повсякденній взаємодії із близькими людьми. Цей тип цінностей уважається похідним від потреби в позитивній взаємодії, потреби в об'єднанні та забезпеченні процвітання групи. Його мотиваційна мета – збереження благополуччя людей, з якими індивід особисто контує (корисність, лояльність, поблажливість, чесність, відповідальність, дружба, зріла любов, сім'я).

Серединою ієрархії ціннісних орієнтацій є Achievement (Досягнення) та Hedonism (Гедонізм). Визначальна мета першого зазначеного типу цінностей – особистий успіх через прояв компетентності відповідно до соціальних стандартів. Прояв соціальної компетентності (що становить зміст цієї цінності) в умовах панівних культурних стандартів спричиняє соціальне схвалення (освіта, професійні компетенції, соціальна активність). Мотиваційною метою визначаються насолода або чуттєве задоволення (задоволення, насолода життям, розваги).

Завершують ієрархію ціннісних типів Power (Сила, Влада) та Universalism (Універсалізм). Сила або Влада пов'язані з функціонуванням соціальних інститутів, потребують диференціації статусів, здебільшого в міжособистісних відносинах. Центральна мета цього типу цінностей полягає в досягненні соціального статусу або престижу, контролю, домінування над людьми (авторитет, багатство, соціальна влада, збереження свого суспільного іміджу, суспільне визнання).

Рис. 1. Узагальнення цінностей опитувальника за типами цінностей згідно з методикою Ш. Шварца (модифікована)

З табл. 2 можна побачити ранжування ціннісних орієнтацій молоді Луганської області за середнім показником. Найважливішою п'ятіркою для молодих людей області виступають «міцне здоров'я», «міцні сімейні стосунки та міцна родина», «професіоналізм», «особиста незалежність, бути самостійним», «спілкування із близькими по духу людьми, друзі» (від 4,6 до 4,4 бали з 5), що підтверджує гіпотезу про важливість соціальних зав'язків молоді та плани на майбутнє.

Таблиця 2

Проранжовані ціннісні орієнтації луганської молоді (середнє)

Міцне здоров'я	4,6
Міцні сімейні стосунки та міцна родина	4,5
Професіоналізм	4,5
Особиста незалежність, бути самостійним	4,4
Спілкування із близькими по духу людьми, друзі	4,4
Отримання нових знань, навчання	4,3
Здатність вирішувати важливі проблеми	4,3
Відповідальність	4,3
Кохати та бути коханим (ною)	4,3
Побутовий комфорт	4,3
Подорожі, подорожувати світом	4,0
Багатство та гроші	3,8
Розваги	3,7
Соціальна та громадська активність	3,5
Активна громадянська позиція	3,5
Єднання із природою	3,5
Визнання, слава	3,1
Влада над людьми	2,7

Отже, можна говорити про ціннісний портрет луганської молоді. Вона орієнтована передусім на самостійність, безпеку, сімейне благополуччя та дружбу, а вже потім на кар'єрний розвиток та визнання.

Висновки і пропозиції. Отримані результати соціологічного дослідження дають нам змогу зрозуміти, що молодь Луганської області має виражений ціннісний каркас, який складається з безпеки (колективна й індивідуальна), яка полягає не лише у фізичній безпеці (здоров'я та мир), але й у стабільності, гармонії, приналежності до певних соціальних груп; повсякденної взаємодії, яка веде до приналежності до малої соціальної групи, найчастіше до сім'ї, важливе її благополуччя, дружба та любов; професійна ідентифікація, соціальна активність (освіта та громада, насолода та розваги); амбітність, прагнення до влади чи високого соціального статусу, або престижу; гармонічне існування в середовищі та у природі.

Список використаної літератури

1. Соколов А., Щербакова І. Ціннісні орієнтири гуманітарного студентства. *Социс.* 2003. № 1. С. 1–21.
2. Ивин А. Ценность и понимание. *Вопросы философии*. 1987. № 8. С. 31–45.
3. Шелер М. Избранные произведения. Москва : Гнозис, 1994. 490 с.

4. Здравомыслов А. Отношение к труду и ценностные ориентации личности рабочего. *Социология в СССР.* Москва : Мысль. 1965. Т. 2. С. 187–207.

5. Schwartz S.H. An Overview of the Schwartz theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*. 2012. № 2 (1). URL: http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc.

Kotelenets K. M., Surmay A. R. Values of young people of Luhansk region: survey results

The article considers the importance of the development of values in the life of man. The focus is on the fact that every person from birth already has certain relationships, ideas about certain things and, based on them, forms important values for themselves. Young people are the engine that leads society to full development. Therefore, it was important to study the process of formation of values among young people.

Attention is drawn to the fact that value orientations are an extremely important component of the structure of personality, they focus on all life experiences that have been collected by the individual in his individual development. Absolutely any material action of a person is filled with his value relation both to the object to which this action is directed, and to this action itself. Value relations are interrelated with material actions, due to which material relations take an active part in the creation of values.

The article examines the values of the youth of Luhansk region in the realities of modern society, with the help of a questionnaire by Shalom Schwartz. It is revealed how young people relate to different types of value orientations, which influences the formation of a particular landmark, how it is possible to influence the process of landmark formation. It is noted that the main values of the youth of Luhansk region are concentrated in three value clusters: Self-Direction, Security and Benevolence. It was found that young people are focused primarily on independence, security, family well-being and friendship, and only then on career development and recognition.

The analysis allowed us to state that we have an ambiguous and contradictory image of the values of the youth of Luhansk region. It shows a decrease in the level of education among young people, the desire for self-employment, self-doubt, changes in the political, economic, social life of the city and the country. It was studied that among young people there are embryos of participation in the life of communities, the desire to express their opinions and the desire for comprehensive development.

Key words: *youth, value, value orientations, types of value orientations, society.*

УДК 377.3
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.10

Л. М. МОСКАЛЕНКО
orcid.org/0000-0003-0202-3479
кандидат філософських наук,
доцент кафедри соціології,
Державний університет телекомунікацій

ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Децентралізація професійно-технічної освіти в Україні є частиною держаної реформи, що була ініційована у 2014 році в рамках угоди про співпрацю між Україною та Європейським Союзом. Одним із ключових напрямів визначено передачу повноважень щодо фінансування та права власності професійно-технічних навчальних закладів на нижчі рівні управління. У рамках цієї реформи було здійснено передачу відповідальності за фінансування підготовки робітничих кадрів у професійній освіті на рівень місцевих бюджетів.

У статті проаналізовані результати соціологічного моніторингу щодо стану і розвитку професійно-технічної освіти у трьох категоріях: результати фінансування з місцевих бюджетів; престижність професійно-технічної освіти серед молоді та збалансованість ринку освітніх послуг і регіонального ринку праці. Проаналізовані перші наслідки реорганізації професійно-технічної освіти в контексті реформування її системи фінансування. Виявлено, що нинішня система фінансування покриває тільки витрати споживання і майже не передбачає витрат на модернізацію та розвиток закладів професійно-технічної освіти. Визначені основні причини щодо скорочення закладів професійно-технічної освіти та кількості їхніх випускників. Обґрунтовано, що однією із причин непопулярності професійно-технічної освіти як серед молоді, так і в українському суспільстві загалом є сформований стереотип професійно-технічного училища як своєрідної панацеї для соціальної інклюзії й інтеграції вразливих категорій населення. Проаналізовані результати соціологічного дослідження в контексті виявлення взаємозв'язку навчальних програм професійно-технічних закладів освіти в підготовці кваліфікованих робітників із регіональними потреба ринку праці. Виявлений значний дисбаланс щодо професійно-кваліфікаційної структури в підготовці робочих кадрів на ринку праці. Закцентовано увагу на важливості впровадження стратегії економічного розвитку регіону, у якій професійно-технічні заклади є суб'єктами системи освіти, що реалізують регіональне замовлення на підготовку робочих кадрів для пріоритетних напрямів регіонального ринку праці. Запропоновано розглядати професійну підготовку як частину освіти дорослих, яка передбачає розвиток професійних компетенцій шляхом залученості до неформальної освіти як більш гнучкої й адаптивної системи в навчанні робітничих професій.

Ключові слова: *дефіцит робочих вакансій, збалансованість ринку праці, модернізація професійно-технічної освіти, ринок освітніх послуг, стратегія економічного розвитку регіону, професійні стандарти.*

© Л. М. Москаленко, 2021

Постановка проблеми. В епоху цифрової революції, глобального прискорення суспільно-економічного розвитку, значного посилення впливу науково-технічного прогресу сучасна світова економіка має гостру потребу у висококваліфікованому робітничому персоналі як важливому складнику розвитку ринкового виробництва. Нині українська професійно-технічна освіта перебуває у кризі. Спроби реформування профтехосвіти в умовах адміністративно-командної системи управління, централізації її планування призвели до значного дисбалансу щодо професійно-кваліфікаційної структури в підготовці робочих кадрів на ринку праці.

У статті ми проаналізуємо стан професійної освіти в Україні шляхом моніторингу офіційних даних, результатів соціологічних досліджень, сформулюємо основні рекомендації щодо розвитку конкурентоспроможної професійної освіти в Україні.

Останні декілька років на українському ринку праці зберігається тенденція до збільшення числа вакансій серед кваліфікованих робітничих професій. Так, аналіз відкритих даних державної служби зайнятості в контексті структури ринку вакансій за кодом професії фіксує, що найбільший дефіцит кадрів припадає на вакансії з робочих професій з кодами 7 і 8 – це кваліфікаційні працівники з інструментом і робітники з обслуговування й експлуатації машин. Позитивна динаміка в цих групах зберігається останні декілька років і сумарно становить майже половину незакритих вакансій ринку зайнятості в Україні. У 2017 р. дефіцит вакансій із робочих професій становить 56% від загальної кількості вакансій на ринку праці, у 2018 р. – 52,1%, у 2019 р. – 46,5% [2].

Існує комплекс причин, які спричиняють дефіцит у робочих професіях. Це і скорочення кількості випускників шкіл, і старіння населення, відповідне скорочення кількості кваліфікованих робітників через їх вихід на пенсію, і відтік фахівців, які фінансово мотивовані заробітками за кордоном, і неспроможність нинішньої системи професійної освіти заповнити вакуум потреб у кваліфікованих працівниках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, спрямованих на вивчення стану професійно-технічної освіти в Україні, можна розділити на три групи. До першої групи відносимо наукові роботи, спрямовані на аналіз основних тенденцій і проблем розвитку професійно-технічної освіти в контексті загальнодержавних викликів (В. Головінов. «Професійно-технічна освіта України: часи випробувань, пошуку сподівань», В. Новіков, В. Черниченко. «Актуальні проблеми розвитку дуальної освіти в Україні. Економіко-правове і демографічне дослідження»). До другої групи відносимо офіційні документи органів виконавчої влади, спрямовані на аналіз ситуації і формування пропозицій щодо розвитку та модернізації професійної освіти в Україні (Національна доповідь про стан та перспективи освіти в Україні / за загальною редакцією В. Кремінь; Освітня реформа: результати та перспективи;

проєкт Стратегії розвитку професійної (професійно-технічної) освіти на період до 2023 р.). До третьої групи відносимо офіційні ресурси, які акумулюють збір первинних статистичних даних державних органів у сфері професійно-технічної освіти. Ці дані дозволяють проводити соціологічний моніторинг професійної освіти в Україні, розглядати основні тенденції і фіксувати динаміку. До цих ресурсів відносимо державну службу статистики, державну службу зайнятості, офіційний реєстр суб'єктів освітньої діяльності.

Виклад основного матеріалу. Основний сектор освітнього ринку у професійній підготовці з робочих професій належить професійно-технічним освітнім установам формального типу.

За останнє десятиліття в Україні спостерігається різке скорочення професійно-технічних освітніх установ. За даними Державної служби статистики, в Україні на 26% зменшилася кількість освітніх установ цього типу. А студентів – майже удвічі. Так, у 2008–2009 н. р. у професійно-технічних освітніх установах навчалися 288,1 тисяч студентів, а у 2019 н. р. їх чисельність скоротилася до 131 тисячі студентів [3].

Із 2015 р. спостерігається спроба реорганізувати професійно-технічну освіту, зокрема й реформувати її систему фінансування. Законами України «Про Державний бюджет України на 2016 р.» [5] і «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України» [4] фінансування установ професійно-технічної освіти було перекладено з державного бюджету на відповідні місцеві бюджети. Основною метою введених змін було досягнення децентралізації професійно-технічної освіти, що мало сприяти оптимізації витрат на освіту із-за переорієнтації на потреби регіональної промисловості.

За даними Міністерства освіти і науки України, можливості місцевого бюджету покривають лише трохи більше 60% фінансових потреб навчальних закладів у регіонах. Професійно-технічні училища (далі – ПТУ), розташовані за межами міст обласного значення, перебувають у катастрофічному фінансовому стані, оскільки нинішні фінансові механізми покривають їхні потреби тільки на 45% [8]. Доля витрат на систему професійно-технічної освіти в консолідованому бюджеті на освіту у 2020 р. становить 4,55% (у 2016 р. – 4,78%) [7, с. 163]. Це вкотре підтверджує той факт, що фінансування здійснюється на низькому рівні, покриває тільки витрати споживання і майже не передбачає витрат на модернізацію та розвиток.

Більшість із вже розроблених і затверджених Міністерством освіти і науки України стандартів професійної освіти готувалися за застарілими методиками і без участі працедавців, тому вони не відповідають сучасним ринковим вимогам і не можуть використовуватися для якісної підготовки кваліфікованих робітників [6].

Також актуальним залишається питання педагогічних кадрів. Зокрема, дефіцит майстрів виробничого навчання, породжений відтоком висококваліфікованих кадрів у виробництво із-за значно більшого

розміру оплати праці. Так, за даними Державної служби зайнятості, у 2018 р. було зафіксовано 138 незакритих вакансій на посаду викладача професійно-технічної установи, у 2019 р. – 161 вакансія, а у 2020 р (за період січень –листопад) – 110 вакансій [2].

Одним із важливих чинників, який сприяє дефіциту робочих професій, є їхня непрестижність серед молодих людей. Українська молодь у більшій своїй частині орієнтована на здобуття вищої освіти. За останні 30 років випуск кваліфікованих робітників в Україні скоротився більше ніж на 35%. Водночас випуск фахівців із вищою освітою виріс в 1,4 рази.

Можливо, однією з основних причин непопулярності професійно-технічної освіти як серед молоді, так і в українському суспільстві загалом є сформований стереотип ПТУ як своєрідної панацеї для соціальної інклюзії й інтеграції вразливих категорій населення. Зокрема, у 2019 р. серед загального контингенту учнів було 4,17% дітей-сиріт і тих, хто залишилися без піклування батьків, 10,3% дітей із неповних сімей, 8% дітей із неблагополучних і малозабезпечених сімей, 2% дітей з особливими освітніми потребами [3].

Відсутність збалансованості ринку освітніх послуг і потреб регіонального ринку праці. У результаті соціологічного моніторингу професій у категоріях робітників з інструментом і робітників з обслуговування й експлуатації машин було зафіксовано, що впродовж останніх декількох років в Україні в цій категорії сформувався список найбільш затребуваних професій, які вже декілька років потрапляють до ТОП списку дефіцитних вакансій.

Порівняльний аналіз кількості випускників профтехучилищ за 2019 р. і дефіциту найбільш затребуваних робочих професій (ТОП-10 найбільш популярних дефіцитних вакансій у 2019 р.) зафіксував, що в різних регіонах показник затребуваних професій, за якими немає підготовки фахівців, коливається від 30 до 70%. Також за деякими професіями наявний негативний дисбаланс, коли підготовка фахівців значною мірою перевищує потребу регіонального ринку в цих робочих професіях. Наприклад, у Хмельницькій області кількість випускників за фахом «Електромонтер з ремонту й обслуговування електроустаткування» у 2,4 рази перевищує потребу регіонального ринку, а за фахом «Електрогазозварник» – у 8 разів [10]. Формат статті не дозволяє надати всі результати (з усіх регіонів України), тому тут сформульовані головні висновки дослідження.

Висновки і пропозиції. Вочевидь, нинішня система професійної освіти потребує трансформації і модернізації, а також адаптації відповідно до регіональних потреб ринку праці. Вирішення проблем у системі професійної освіти в Україні вимагає впровадження і реалізації низки заходів. Виходячи з вищевикладеного матеріалу і результатів дослідження щодо потреб регіонального ринку праці у фахівцях із робочих професій, рекомендуємо:

– упровадження збалансованої регіональної стратегії. Розробити стратегію економічного розвитку регіону, у якій професійно-технічні заклади є суб'єктами системи освіти, що реалізують регіональне замовлення на підготовку робочих кадрів для пріоритетних напрямів регіонального ринку праці;

– неформальну освіту. Розглядати професійну підготовку як частину освіти дорослих, яка передбачає розвиток професійних компетенцій шляхом залученості до неформальної освіти як більш гнучкої й адаптивної системи в навчанні робітничих професій;

– компетентнісний підхід. Пріоритетним розглядати і реалізовувати компетентнісний підхід у професійно-технічній освіті, який забезпечує формування нових і поглиблених професійних компетенцій, які відповідають сучасним і перспективним потребам ринку праці;

– розширення цільової аудиторії. Адаптувати навчальні програми під концепцію освіти впродовж життя, пропонувати навчальні курси для дорослого населення з підготовки на дефіцитні робочі професії;

– моніторинг регіонального ринку праці. Розробити такий, що постійно діє, механізм моніторингу регіонального ринку праці, оновлювати списки актуальних робочих професій / затребуваних професійних компетенцій.

Список використаної літератури

1. Новиков В., Черниченко В. Актуальные проблемы развития дуального образования в Украине. Экономико-правовое и демографическое исследование. Lap Lambert Fcademic Publishing, 2020 82 с.

2. Державна служба зайнятості України : офіційний сайт. URL: https://www.dcz.gov.ua.

3. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

4. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України : Закон України від 24 грудня 2015 р. № 911. Відомості Верховної Ради України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/914-19/sp:max25.

5. Про Державний бюджет України на 2016 р. : Закон України від 25 грудня 2015 р. № 928–VIII. Відомості Верховної Ради України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928-19.

6. Освітня реформа: результати та перспективи. Інформаційно-аналітичний збірник. Київ, 2019. 227 с.

7. Стратегія розвитку професійної (професійно-технічної) освіти на період до 2023 р. (проєкт). Міністерство освіти та науки України : офіційний сайт. URL: https://mon.gov.ua.

8. Сучасний стан фінансування професійно-технічної освіти в Україні. URL: https://feao.org.ua.

9. Молодь на ринку праці: навички XXI століття та побудова кар'єри : щорічна доповідь Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України про становище молоді в Україні. Міністерство молоді та спорту України : офіційний сайт. URL: http://dsmsu.gov.ua/index/ua/material/49156.

10. Офіційний реєстр суб'єктів освітньої діяльності. URL: https://info.edbo.gov.ua/.

Moskalenko L. M. Main trends and problems of development of vocational education in Ukraine

Decentralization of vocational education in Ukraine is a part of a nationwide reform that was initiated in 2014 under a cooperation agreement between Ukraine and the EU. One of the key areas is the transmission funding authority and ownership vocational institutions to the lower levels of government. Within the framework of this reform, the transfer of responsibility for financing the training of workers in professional education at the level of local budgets was carried out.

In the article the sociological monitoring of the state and development of the regional vocational education in three categories is monitored: financing by the local budget; prestige of the profession among young people and the balance of the educational services market and the regional market labor. The first consequences of the reorganization of vocational education in the context of reforming its funding system are analyzed. It has been found that the current system of financing covers only the cost of consumption and almost does not include spending on modernization and development of vocational education institutions. The main reasons for the reduction of vocational education institutions and number of graduates are identified. It has been justified that one of the reasons for the unpopularity of vocational education both among young people and in Ukrainian society as a whole is a formed stereotype that vocational education is a distinctive panacea for social inclusion and integration of vulnerable categories of the population. The results of sociological research in the context of identifying the relationship of educational programs of vocational educational institutions in the training of skilled workers with the regional labor market demands are analyzed.

A significant distortion relating to vocational and qualification structures in the training of the workforce in the labor market is detected. Attention has been focused towards the importance of implementing the economic development strategy of the region in which vocational institutions are the subjects of the educational system, which implement the regionally commissioned workforce training for priority areas of the regional labor market. It has been proposed to consider vocational training as a part of adult education, which involves the development of professional competencies through involvement in non-formal education as a more flexible and adaptive system in teaching working professions.

Key words: shortage of job opportunities, balanced labor market, modernization of vocational education, market of educational services, strategy of regional economic development, professional standards.

УДК 279.14-67 (477)
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.11

О. О. ПОЛУМИСНА
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

В. В. КУРИЛЯК
кандидат технічних наук,
доцент кафедри філософії та релігієзнавства,
Український гуманітарний інститут

ІМІДЖ ЦЕРКВИ АДВЕНТИСТІВ СЬОМОГО ДНЯ В МАСМЕДІА УКРАЇНИ

У статті представлено аналіз медійного образу й іміджу Церкви адвентистів сьомого дня в засобах масової інформації України. Авторами проаналізовано інформаційні сайти та ресурси, які належать світським масмедіа, релігійним інформаційним ресурсам і адвентистській деномінації. Зроблено висновок про те, що українське суспільство має щодо адвентистів неоднорідну думку. Ця думка формується під впливом розмішених у засобах масмедіа матеріалів, на основі яких можна вивести позитивні, нейтральні та негативні конотації. Ці матеріали формують та творять образ українських адвентистів у суспільстві. У результаті встановлено, що за час періоду незалежності України адвентисти зуміли сформувати власний зовнішній імідж завдяки соціальним проєктам. З одного боку, цю деномінацію знають як прихильників здорового способу життя, людей, які толерантно ставляться до інших народів та релігій, осіб, що займаються благодійною діяльністю. З іншого боку, через постійні використання слів із негативним забарвленням та контекстом, на кшталт «секта», «штунди» тощо, в уяві пересічного громадянина вимальовується образ чогось незрозумілого, жахливого, чужерідного, що може зашкодити життю та здоров'ю людини. Зроблено висновок, що релігійні медіа формують переважно позитивний внутрішній та зовнішній імідж адвентистів, світські медіа завдяки сенсаціям представляють адвентистів як людей із релігійними відхиленнями, а самі адвентисти намагаються показати суспільству, що з них може бути користь у суспільно-благодійному аспекті. Однак засоби масової інформації України потребують балансу думок щодо цієї деномінації, оскільки незбалансований імідж конфесії шкодить не лише самій деномінації, а й пересічним читачам, які споживають суперечливу інформацію.

Ключові слова: *український адвентизм, протестантизм, медійний імідж, образ у ЗМІ.*

© О. О. Полумисна, В. В. Куриляк, 2021

Постановка проблеми. Протестантизм є одним із релігійних напрямів, який динамічно розвивається на теренах України. Одним із його напрямів є адвентизм, до якого належить третя за кількістю вірян спільнота. У контексті дослідження постулюємо, що важливою складовою частиною будь-якої релігійної деномінації є її імідж і образ у суспільстві. Зазвичай імідж церкви формується переважно на сторінках засобів масової інформації (далі – ЗМІ) висловлюваннями дотичних до деномінації осіб, вірян цієї конфесії, дослідників, істориків, журналістів тощо. Здебільшого імідж будь-якої конфесії, Церкви адвентистів сьомого дня також, коливається від позитивного до негативного, хоча важливим є формування саме позитивного іміджу даної установи, чим і опікуються її прибічники.

Мета статті. Тому актуальним буде з'ясування того, яким є імідж Церкви адвентистів сьомого дня, джерел його формування на сторінках українських ЗМІ.

Ключові дефініції дослідження. Засоби масової інформації в сучасному українському суспільстві є впливовою силою. Вони, з одного боку, інформують соціум, ознайомлюють його з подіями, які відбуваються, з іншого ж – переконують та потужно впливають на формування громадської думки, життєвих цінностей людей, їхнього світосприйняття. У цьому контексті акцентуємо, що спільнота (релігійна деномінація) мислить образами. За словами французького вченого Г. Лебона, «натовп, здатний мислити тільки образами, сприймає лише образи. Не факти самі собою вражають народну уяву, а те, яким чином вони розподіляються і представляються натовпу» [1]. У «Тлумачному словнику» за редакцією С. Ожегова поняття «образ» має декілька тлумачень: «1. У філософії: результат та ідеальна форма відображення предметів і явищ матеріального світу у свідомості людини; 2. Вигляд (створити щось за своїм виглядом і схожістю); 3. Живе, наочне уявлення про когось; 4. У мистецтві: узагальнене художнє відображення дійсності, вбране у форму конкретного індивідуального явища; 5. У художньому творі: тип, характер; 6. Порядок, напрям чого-небудь, спосіб життя» [2]. З моменту створення образ стає самостійним і не контролюється. Саме за допомогою образу людина уявляє той чи інший предмет, особу, явище. У неї виникають відповідні асоціації, пов'язані з ними. З поняттям образу пов'язане поняття іміджу. У багатьох визначеннях він тлумачиться через образ: «Імідж – це певний синтетичний образ, який складається у свідомості людей стосовно конкретної особи, організації чи іншого соціального об'єкта, містить у собі значний об'єм суб'єктивної інформації про об'єкт сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки» [3].

Виклад основного матеріалу. На початку зазначимо, що імідж адвентистів сьомого дня є неоднозначним і досі ще не сформований належним чином в українському суспільстві. Одними з найпотужніших засобів формування образу будь-чого, образу церкви також,

є засоби масової інформації. Саме вони повідомляють соціум про ті чи інші факти із життя адвентистів, надають їм позитивної чи негативної конотації. Засоби масової інформації світського та релігійного спрямування переважно інформативно висвітлюють ті чи інші події, тому вважаємо за потрібне дослідити, який образ цієї протестантської церкви постає у свідомості людей унаслідок певних іміджевих характеристик, адже, за словами І. Сідорської, «імідж – це акцент на цілях, стратегії, тактиці, ресурсах формування, тоді як образ – результат формування тих чи інших якостей об'єкта» [4]. Ю. Бокоч зазначає, що «образ є першочерговим, імідж – наслідок роботи з образом» [5]. Зазвичай імідж поділяють на внутрішній (сприйняття представниками громади тих подій, що відбуваються всередині неї) та зовнішній (сприйняття суспільством чи ЗМІ тих подій, що відбуваються всередині общини), а також на позитивний та негативний. Зокрема, на сайті інформаційного агентства УНІАН про адвентистів сьомого дня згадується в рубриках «Інші релігії», «Політика», «Держава» тощо.

Так, з матеріалу з назвою «Українські адвентисти приєдналися до кампанії проти куріння кальяну» [6] дізнаємося про шкоду, якої завдає людям куріння кальяну. Тут згадується передусім про ініціативу участі в інформаційній соціальній кампанії адвентистів сьомого дня, які дотримуються здорового способу життя. У цьому повідомленні формується позитивний імідж цієї громади, оскільки підкреслюються ті пріоритети, яких дотримуються її представники. Окрім того, ця замітка супроводжується посиланням на її сайт, де розміщені мотиваційні матеріали проти цієї згубної звички, але потенційного його відвідувача автоматично переносить на сторінку Міністерства охорони здоров'я, де цей матеріал не відображається. Заголовок стилістично нейтральний, оскільки має інформативний характер. У вербальній частині ми не спостерігаємо лексем з експресивною або оціночною семантикою, що свідчить про нейтральне ставлення до фактажу. Це повідомлення супроводжується візуалізацією: фото, на якому зображено представника адвентистів на тлі плакатів. На ньому ми можемо побачити застереження щодо небезпеки куріння кальяну. Людина, яка виголошує доповідь, скромно та зі смаком одягнена, що апріорі викликає повагу до її особи. Через образ цієї людини читач робить висновок про адвентистів сьомого дня, який, найвірогідніше, буде позитивним.

Наступний матеріал називається «Українські адвентисти вшанували пам'ять жертв Голокосту» [7]. У ньому увага акцентується на шанобливому ставленні представників цієї конфесії до євреїв, що вказує на толерантне ставлення адвентистів до інших народів та їхніх релігій. У проповіді пастора Станіслава Носова містяться слова підтримки і любові до своїх одновірців, що вказує на спокій та злагоду всередині цієї общини. Робиться акцент на тому, що вони згадують про минуле не лише своєї спільноти, а й про тих, хто несправедливо постраждав

від жорстокості та насильства. Матеріал нейтральний, але водночас сприяє позитивному формуванню іміджу цієї конфесії.

Ці й інші публікації, як-от: «У Білорусі створена міжконфесійна комісія для спільного перекладу Біблії» [8], «На Київщині протестанти відсвяткували національний День Біблії» [9], «На Закарпатті адвентисти сьомого дня відсвяткували День подяки» [10], «У Слов'янську адвентисти реалізували молодіжний соціальний проєкт» [11], «Переобраний керівник всесвітньої Церкви адвентистів сьомого дня» [12], належать до інформаційних жанрів, переважно замітки, стосуються висвітлення окремих моментів із життя адвентистів сьомого дня. Їхні заголовки є нейтрально забарвленими, оскільки лише повідомляють факти. Ці матеріали супроводжуються фотоілюстраціями, унаслідок ознайомлення з якими в читача формується позитивне ставлення до представників цієї протестантської течії: охайно одягнені, ведуть здоровий спосіб життя, усміхнені, це характеризує їх як людей переважно врівноважених, цілеспрямованих та здорових.

Публікація «Про підсумки поїздки делегації Ради Церков до Нідерландів» подана у вигляді інтерв'ю зі Станіславом Носовим – керівником Церкви адвентистів сьомого дня. Ця людина уособлює образ українських адвентистів, а саме: терпимість стосовно інших людей, толерантність, повагу до думки українського народу. Позитивну характеристику представників цієї протестантської віри в матеріалі дав посол України в Королівстві Нідерландів О. Горін: «Я знаю, що адвентисти дотримуються Божих Заповідей, це дуже цінно для суспільства» [13].

Також у ЗМІ є замітки на зразок «10 звичок, які допоможуть дожити до 100 років», у цій та подібних часто проговорюється, що невживання алкоголю, тютюну, наркотиків та ведення активного способу життя допомагає людині не лише краще себе почувати, але й дожити до глибокої старості у здоровому глузді та здоровому тілі. Навіть більше, в американських ЗМІ є стаття під назвою «Живіть, як адвентисти сьомого дня», де в контексті зазначено, щоб довго жити, треба дотримуватися принципів здорового способу життя, які практикуються адвентистами. Як результат, можемо зазначити, що здоровий спосіб життя є візитною карткою цієї конфесії і сприяє формуванню позитивного зовнішнього іміджу Церкви не лише в Україні, але й у світі.

Оскільки система здорового способу життя адвентистів найменше піддається критиці у ЗМІ, то незначна кількість негативних коментарів жодним чином не руйнують, а навпаки, формують позитивний імідж адвентистів, дають гарний посил, на який можна рівнятися іншим. Імовірно, це пов'язано з тим, що сучасність спрямована більше на збереження здоров'я, ніж на вседозволеність заради миттєвого задоволення.

Також досить ґрунтовною є стаття «120 років адвентизму в Західній Україні: походження доктрин – в <…> Едемському саду?», присвячена

ювілеям, які адвентисти сьомого дня відзначили у 2009 р.: 120-річчя Церкви в Західній Україні, 100-річчя першої Церкви в Галичині та 90-річчя першої львівської громади. У ній відтворено історичний шлях становлення цієї конфесії на західноукраїнських землях. Автором публікації М. Балаклицьким формується позитивний імідж її вірян, оскільки «вони (адвентисти сьомого дня) відвідують дитбудинки й сиротинці, тюрми й військові частини, пропагують здоровий спосіб життя серед дітей і дорослих через виставки, освітні програми, спортивні змагання» [14].

Цілком нейтральне забарвлення мають публікації «Число релігійних громад в Угорщині збільшилося удвічі», а також «Сімферопольська міськрада відмовилася виділити землю УПЦ КП», оскільки в них подається лише фактаж щодо повсякдення адвентистів сьомого дня. Жодних оціночних лексем у тексті немає.

Однак, наприклад, на сайті Українського незалежного інформаційного агентства новин містяться матеріали, які формують негативний імідж представників цієї віри. Наприклад, у невеличкій замітці «83,5 українців вважають себе православними» акцент робиться на тому, що «83,5% українців за віросповіданням відносять себе до православ'я. Протестанти, лютерани, п'ятидесятники, адвентисти, баптисти й інші православні секти набирають усього 3% прихильників» [15]. Порівняння різних релігій досить негативно позначається на їхньому іміджі, окрім того, автор публікації називає протестантські церкви «сектами», це стосується й адвентистів сьомого дня. Акцентуацією на ці дані автор знижує та нівелює роль представників інших релігій в Україні, упереджено їх характеризує.

На сайті «ТСН» розміщено публікації з різними поглядами щодо діяльності адвентистів сьомого дня. Так, в одній із перших – «Реформація – втрачений шанс українців», розміщеній у рубриці «Блоги», її автор намагається проаналізувати, що Україна втратила для свого суспільно-економічного розвитку, коли не зважала на приклад успішних країн, які сформували свою економіку на принципах протестантської етики. Цей матеріал безпосередньо присвячений адвентистам. У ньому Петро Кралюк розвіює негативний міф про протестантів, що склався в уяві багатьох українців, які неоднозначно ставляться до них: з одного боку, сприймають «як відповідальних, трудолюбивих людей, а з іншого – виявляємо на побутовому рівні певну неприязнь, оскільки їх інколи образливо називають «штундами»» [16]. Автор акцентує, що країни, де було затверджено протестантизм (Німеччина, Англія, США, Скандинавія), із часом стали на шлях динамічного суспільно-економічного розвитку, оскільки саме в них розвивалися капіталістичні відносини. Саме у протестантизмі спостерігається відповідальне ставлення до праці. В уяві читачів одразу постає позитивний образ людей, які є цілеспрямованими та трудолюбивими. У цих країнах-лідерах представники різних класів не цураються

будь-якої роботи, розвивають книжкову культуру, раціонально сприймають дійсність. Автор наголошує на тому, що до деяких реформаційних цінностей могли б звернутися українські церкви, оскільки «це й «жива», а не формалізована релігійність, і шанування книжності, зокрема рідною мовою, і культ праці» [16].

Інакше кажучи, таке ставлення до протестантів, зокрема до адвентистів сьомого дня, загалом вказує на позитивне осмислення їхніх дій. Як наслідок, праця Петра Кралюка спонукує до толерантного і неупередженого ставлення до протестантів та їхнього стилю життя. Також зазначимо, що заголовок публікації «Реформація – втрачений шанс українців?» є експресивним, де автор свої почуття намагається передати адресантові. Вона звучить як питання/твердження, що впливає на читача, який починає сумніватися, чи втратив він щось, чи ні. У ставленні до адвентистів Петро Кралюк використовує нейтральну лексику і загалом підбиває підсумок, що «Реформація – <…> важливе явище європейської культури», «країни, де утвердився протестантизм, залишаються світовими лідерами» [16].

Автор використовує протиставлення: «у протестантських країнах заможні люди не цураються «чорнової роботи», чого не скажеш про наше «православне суспільство», «у протестантських країнах є розвинутою книжкова культура <…> Скільки книг у рік видається на одного українця? І скільки українець купує книг? Буквально одиниці. Це не йде ні в яке порівняння із країнами, де панує протестантизм», «люди (протестанти) раціоналістично ставляться до життя», а «українці – інтуїтивісти, що в нас панує «душевність», а істинною українською філософією є «філософія серця»» [16].

Отже, ця публікація формує позитивний імідж протестантів, що має, звісно, вплинути на свідомість людей і починати дещо трансформувати образ адвентистів у позитивному напрямі. Фактично, це один із небагатьох матеріалів, представлених на сайті «ТСН», що стосується адвентистів, у позитивному ракурсі.

Водночас у низці публікацій простежується дещо упереджене, навіть негативне ставлення до адвентистів. Наприклад, у повідомленні «У Києві секта саєнтологів маскується під курси англійської» увага акцентується на діях саєнтологів, які відкрили курси іноземних мов, «на яких слухачів зомбують, вимагаючи у них гроші», з посиланням на жителів Києва, але їхні імена не називаються, що змушує сумніватися в достовірності цих слів. Негативний посил є наскрізним у цьому повідомленні: «секта», «звинувачення в махінаціях», «ідея саєнтологів екстремістська, пропагує насильство», адепти «некваліфіковано втручаються у свідомість» [17], у заголовку звучать негативні конотації «секта», «маскується». У цьому контексті згадується про адвентистів, що вони використовують такі прийоми залучення людей до церкви, пропонують для переказів, дискусій потрібні їм тексти. Тому журналісти формують негативне, упереджене ставлення до адвентистів,

подача інформації «під одну гребінку» негативно впливає на імідж представників цієї протестантської церкви.

Негативне ставлення ми бачимо у відеорепортажі «Небажане сусідство», де повідомляється, що забудовник потайки продав приміщення для Церкви адвентистів сьомого дня. Сам репортаж починається словами «жертвами небажаного сусідства називають себе жителі елітної багатоповерхівки», яких агітують до протестантської віри, ремонти в підвалі призвели до тріщин у квартирах та під'їздах. Самі мешканці називають цю організацію сектою, вказують, що бояться за власних дітей, планують найняти охорону, щоб стежити за будівлею. Як бачимо, ця публікація сприяє формуванню негативного іміджу Церкви адвентистів сьомого дня, оскільки робиться акцент на тому, що адвентист не афішує себе, а ніби переховується. Ці дії оцінюються читачами негативно. Помічаємо в цьому матеріалі зміщення фокусів уваги аудиторії шляхом «показу» лише негативних фактів, а все інше замовчується. Сам заголовок має лексеми з оціночною семантикою «небажане сусідство», пробуджує в аудиторії певні емоції щодо протестантів, ужито слова зі зневажливою конотацією: «їхні піснеспіви, їхні обряди» [18].

Нейтральне забарвлення притаманне замітці «На Донеччині п'яні хулігани побили адвентистів». У ній ідеться про побиття вірян Церкви адвентистів сьомого дня, викладається лише фактаж, уживається емоційно нейтральна лексика. Унаслідок цього в читача складається враження несправедливості, якої зазнали віряни. Щоб акцентувати на цьому увагу, автор використовує емоційно забарвлену лексику щодо групи людей, які вчинили злочин: «п'яні хулігани», «дебошири», що свідчить про засудження автором такого зневажливого ставлення молодих людей на підпитку, яких не зупинила служба у храмі.

На сайті «Кореспондент» небагато публікацій про адвентистів сьомого дня. У 2003–2019 рр. оприлюднено лише 5 публікацій, з них деякі вказують на вияви дискримінації стосовно адвентистів. Так, у матеріалі «У ДНР конфіскували будівлю Церкви адвентистів» [19] ідеться про несправедливість із боку місцевої влади, яка конфіскувала і передала у власність комунального підприємства «Простір» будівлю молитовного будинку Церкви адвентистів сьомого дня, навіть не попередила громаду і не забезпечила можливості забрати власне майно. Це вказує на неповагу місцевої влади до представників цієї протестантської течії. Про це також свідчать скріншоти із соціальних мереж, із яких ми дізнаємося, що їх не хочуть слухати, «забанили». Висвітлення цієї події журналістами ніби є нейтральним, оскільки вони повідомляють факти. Про це, зрештою, свідчить заголовок. Але цей фактаж переважно негативно впливає на сприйняття в соціумі адвентистів, оскільки складається враження, що до них ніхто не прислухається, не вважає за потрібне з ними радитися, тобто у ЗМІ формується зовнішній імідж цих людей як таких, кого можна образити.

З посиланням на агентство France Presse в інтернет-виданні «Кореспондент» було розміщено статтю з негативним забарвленням щодо християн-протестантів. Заголовок цієї публікації містить лексеми з експресивною семантикою «Вигнання диявола у Франції. Чотирьох екзорцистів судитимуть за тортури» [20], він спрямований вплинути на читача і змотивувати перейти за цим посиланням. Водночас до неї додано ілюстрацію французького собору Нотр Дам у зимовий період, що створює атмосферу таємничості, непередбачуваності та зловісності.

У розширеній замітці акцент робиться на тому, що колишніми членами Церкви адвентистів сьомого дня було викрадено дівчину, до якої вони застосовували тортури: прив'язали до хреста й утримували її в такому стані протягом тижня. І лише в останньому реченні офіційними представниками Церкви було прокоментовано, що цих «мучителів» виключили із громади ще рік тому, наголошено на тому, що «їхнє вчення не визнає екзорцизму в таких формах» [20]. Упродовж усього повідомлення вживаються такі емоційно забарвлені слова та вирази, як: «жертва», «мучителі», «вселення диявола», хлопець взяв на себе «священну місію» і вважає себе «пророком». Унаслідок цього в читача може скластися упереджене ставлення до адвентистів сьомого дня, які в його уяві постають жорстокими, неадекватними людьми та використовують жорстокі середньовічні методи. Такий зовнішній негативний імідж сформовано у французьких ЗМІ і, на жаль, поширюється в українському інформаційному просторі, що негативно впливає на свідомість українських громадян та їхнє ставлення до представників цієї протестантської церкви.

У статті "DW: Альтернативна служба. Невикористаний потенціал» про адвентистів сьомого дня говорять у контексті проходження українцями військової служби, зокрема альтернативної, яка дозволяє працювати в лікарнях, природоохоронних організаціях чи комунальній сфері, якщо це суперечить їхнім релігійним переконанням. Як зазначається у статті, «молода особа має належати до конкретних релігійних організацій, зокрема: Свідків Єгови, адвентистів сьомого дня, адвентистів-реформістів, християн віри євангельської, баптистів тощо» [21]. Загалом, героя статті схарактеризовано з позитивного боку, як людину відповідальну, старанну, яка піклується про свою матір, зрозуміло, що це не може не позначитися на позитивному образі адвентистів сьомого дня.

Аналогічно в переліку різних релігійних організацій, як-от мормони, та тих, що заборонені в низці країн, згадується про адвентистів сьомого дня в публікації «У Сімферополі УПЦ КП відмовили у виділенні землі під храм» [22]. Акцент у ній робиться на тому, що влада не виділила місця під забудову Українській православній церкві Київського патріархату, хоча до цього виділяла землю під забудови храмів інших конфесій.

Адвентисти сьомого дня також мають власні засоби масової інформації, одним із яких є сайт «Українська уніонна конференція (Церква адвентистів сьомого дня)». Публікації цього ЗМІ формують позитивний внутрішній і зовнішній імідж цієї Церкви. Однією з останніх його публікацій є «Львівські адвентисти провели урочисте служіння 110-річчя проголошення євангельської вістки», яка ніби узагальнює роботу адвентистів, показує, чим вони займаються, як себе поводять, яка атмосфера всередині цих громад. У статті акцентується на тому, що адвентисти цінують свою історію, всіляко намагаються з'ясувати та проаналізувати дійсні історичні факти про заснування та розвиток Церкви. Окрім того, наголошується, що «служіння, яке відбувалося, супроводжувалося співом молодіжного хору Західної конференції, що налічував близько 60 осіб, а першу пісню співав молодіжний хор разом із дітьми, які приєднались до прославлення Бога в цей святковий день» [23]. У багатьох публікаціях наголошується на вдячності цих людей Богові, на фото вони постійно виглядають усміхненими та радісними, що свідчить про спокійну атмосферу в цій общині. Приклади: «У Луцьку відзначили Свято Подяки» [24], «200 вірян зібрало Свято Подяки в адвентистській церкві Івано-Франківська», «Свято жнив в Українському гуманітарному інституті» тощо.

Окрім того, постійно з'являються матеріали, у яких віряни-адвентисти можуть знайти відповіді на питання, пов'язані з їхньою вірою, як-тот: «Як молитися, щоб вирішити проблему: сім принципів молитви у важкій ситуації?», «Що писала Елен Уайт про використання хреста в оформленні молитовних будинків?», з питаннями, які є неприйнятними для їхньої віри: «Хелоуін. Як диявол входить через гарбуз у твоє життя?», «У Чернівцях заборонили ЛГБТ-спільноту» тощо.

Про те, що адвентисти не забувають своєї історії, постійно працюють над її об'єктивним відтворенням, свідчать такі публікації: «Дослідники говорять, що «Субота спадщини» фокусується на минулому, щоб сформувати майбутнє», де йдеться про внесок адвентистів у процес збереження власної історії, «До Дня Реформації в Чернівцях зібралися за круглим столом філософи, журналісти, депутати і політолог», «Основні етапи становлення та розвитку креаціоністської доктрини в Церкві адвентистів сьомого дня». Окрім того, це ЗМІ виконує свою інформативну функцію та тлумачну: «Яке значення має Томос і Автокефалія для нашої країни, для християн, в тому числі протестантів?», «Молодіжна газета «Флешка» № 6 (2019)», «Довгоочікувана новинка – жіночий журнал «Маргарита» № 2» тощо.

З релігійних засобів масової інформації варто звернути увагу на сайт RISU (Релігійно-інформаційна служба України) – інформаційний портал про релігію в Україні, де вміщуються новини, аналітичні статті та коментарі про адвентистів сьомого дня. На сайті можемо знайти інформацію в рубриці «Протестанти» («Адвентисти»). Переважно тут публікуються такі матеріали, які дозволяють сформувати в уяві читача

загальний образ адвентистів. Із цих публікацій дізнаємося про те, чим вони займаються, як себе поводять у соціумі. Цей образ більше пов'язаний із тим, що адвентисти присвячують себе благодійній діяльності. Як приклад можемо навести декілька публікацій, у яких про це мовиться («Адвентисти відкрили на Тернопільщині центр реабілітації дітей з інвалідністю» [25]). Зі статті «П'ять мільйонів доларів жертвам війни на Сході: адвентисти відзвітували про свою благодійну діяльність» ми можемо дізнатися про благодійну організацію "ADRA Україна» [26], яка надавала допомогу різним верствам населення, як-от: відновлення житла, роздача питної води, водопостачання в соціальні заклади, допомога дітям із малозабезпечених сімей тощо.

У багатьох публікаціях акцентується увага на тому, що адвентисти постійно допомагають нужденним людям. Наприклад, у повідомлені "ADRA допомагає тисячам постраждалих від землетрусів на Філіпінах» ідеться про адвентистське гуманітарне агентство, яке допомагає постраждалим після декількох підземних поштовхів на острові, ризикує водночас своїм життям [27], або "ADRA Ukraine встановлено систему очищення питної води в селі Лебединське Волноваського району», «Сьогодні в село Гранітне ADRA Ukraine доставлено 850 бутлів питної води». У рамках філантропічного змісту публікації адвентистів характеризуються як такі, що не залишають одновірців напризволяще, не відвертаються від них у критичних ситуаціях. Так, у статті «Церва адвентистів сьомого дня починає глобальну молитовну кампанію "Pray4Burundi"" [28] розповідається про арешт президента Уніона Ламека Баришинга дорогою на зустріч у Східний Центрально-Африканський дивізіон в Найробі (Кенія), через це Тед Н.С. Вільсон, президент Всесвітньої церкви адвентистів сьомого дня, закликав молитися за членів Адвентистської церкви в Бурунді.

Одним із пріоритетів адвентистів є здоровий спосіб життя, до якого вони закликають усіх людей. Так, у публікаціях «Як зберегти здоров'я у великому місті?» [29], «У смт Горностаївка пройшла виставка здоров'я і вечір відпочинку, в арт-кав'ярні» увага зосереджена на нових технологіях, задіяних у царині медицини, а також на піклуванні про представників своєї общини. Саме про це розповідається у статті «Адвентисти – спеціалісти у сфері комунікації зустрілися для розвитку, натхнення та встановлення контактів», «Оздоровчому комплексу «Буковинська черешенька» – 10 років», «Роман Павляк. Я Господь, цілитель твій. Біблейський путівник до здорового життя з надлишком».

Адвентисти переймаються і майбутнім своєї церкви, особливо дітей, про що свідчать такі статті: «Слідопитська вікторина пройшла в Одесі» [30], «У жовтні в Харкові пройшло 10 зустрічей молодіжної програми «Рестарт»» [31], «У Миколаєві успішно розвивається служіння адвентистських студентів», «Діти і наркотики: як запобігти проблемі», «Слово надії для дітей у кризових родинах», «Дебют

першокурсників в Українському гуманітарному інституті», «Тиждень наук в адвентистській загальноосвітній школі «Досвітня зоря». Київ, жовтень 2019 р.». Беручи до уваги принцип «негативна згадка у ЗМІ краще, ніж тишина», адвентисти продовжують активно формувати власний інформаційний імідж за допомогою створення та тиражування інформації про діяльність власної церковної організації.

Проте окреслення образу релігійної деномінації, а саме Церкви адвентистів сьомого дня, на основі інформації, викладеної в ЗМІ, потребує аналізу думок декількох сторін: деякі з них є дотичними до адвентистів, а деякі лише опосередковано стикалися з ними. Тому для повноти представлення образу адвентистів необхідно звернути увагу на думку інших протестантів про адвентизм загалом, на ставлення до адвентистів та їхньої діяльності православної церкви, яка домінує за кількістю вірян в Україні, на думку колишніх адвентистів і причини їхнього виходу із цієї деномінації, на оцінку адвентизму, представлену нерелігійними / світськими дослідниками.

Висновки і пропозиції. Отже, на основі проаналізованих публікацій, оприлюднених засобах масової інформації України, можемо зробити висновки, що суспільство досить неоднозначно ставиться до адвентистів. Про це свідчить аналіз публікацій провідних українських медіа: *УНІАН, ТСН* та *Кореспондент*. Через це таким неоднозначним є ставлення до адвентистів у суспільстві. Наявні в українському інформаційному просторі позитивні, негативні та нейтральні матеріали, які сформували зовнішній імідж адвентистів, з одного боку, як прихильників здорового способу життя, які толерантно ставляться до інших народів та релігій, займаються благодійними справами та допомагають нужденним, з іншого боку, через постійне вживання слів із негативним забарвленням («секта» тощо), в уяві пересічного громадянина, який володіє недостатньою інформацією щодо релігійних віросповідань, вимальовується образ чогось незрозумілого, жахливого, чужерідного, що може зашкодити його життю та здоров'ю. Релігійні медіа формують на своїх сайтах переважно позитивний внутрішній і зовнішній імідж Церкви адвентистів сьомого дня, що дещо однобоко характеризує адвентистів, які постають в уяві суспільства дещо ідеалізованими, що може викликати недовіру до цього віросповідання, тому потрібен баланс думок та неупереджене ставлення у висвітленні тієї чи іншої події, що проходять у громадах Церкви адвентистів сьомого дня в Україні.

Список використаної літератури

1. Лебон Г. Психология народов и масс. Санкт-Петербург : Макет, 1995. Кн. II. 78 с.

2. Ожегов С. Толковый словарь русского языка. 41 089 словарных статей. 1992. URL: http://ozhegov.info/slovar/.

3. Шепель В. Имиджелогия. Как нравиться людям. Москва : Народное образование, 2002. 644 с.

4. Сидорская И. «Образ» или «имидж» страны: что репрезентируют СМИ. *Электронная библиотека БГУ.* 2015. URL: https://elib.bsu.by/handle/123456789/123210.

5. Бокоч Ю. Імідж, образ та бренд міста як компоненти територіального маркетингу. *Вісник Харківської державної академії культури.* 2016. № 49. С. 174–184.

6. Українські адвентисти приєдналися до кампанії проти куріння кальяну. 2018. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/10336452-ukrajinski-adventisti-priyednalasya-do-kampaniji-proti-kurinnya-kalyanu.html.

7. Українські адвентисти вшанували пам'ять жертв Голокосту. *УНІАН.* 2018. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/2376367-ukrajinski-adventisti-vshanuvali-pamyat-jertv-golokostu.html.

8. У Білорусі створена міжконфесійна комісія для спільного перекладу Біблії. *УНІАН.* 2018. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/2364027-u-bilorusi-stvorena-mijkonfesiyna-komisiya-dlya-spilnogo-perekladu-bibliji.html.

9. На Київщині протестанти відсвяткували національний День Біблії. *УНІАН.* 2017. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/2257069-na-kijivschini-protestanti-vidsvyatkuvali-natsionalniy-den-bibliji.html.

10. На Закарпатті адвентисти сьомого дня відсвяткували День подяки. *УНІАН.* 2017. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/2178076-na-zakarpatti-adventisti-somogo-dnya-vidsvyatkuvali-den-podyaki.html.

11. У Слов'янську адвентисти реалізували молодіжний соціальний проект. *УНІАН.* 2017. URL: https://religions.unian.ua/otherreligions/2037284-u-slovyansku-adventisti-realizuvali-molodijniy-sotsialniy-proekt.html.

12. Переобраний керівник всесвітньої Церкви адвентистів сьомого дня. *УНІАН.* 2015. URL: https://religions.unian.ua/otherort/1097364-pereobraniy-kerivnik-vsesvitnoji-tserkvi-adventistiv-somogo-dnya.html.

13. Про підсумки поїздки делегації Ради Церков до Нідерландів. *УНІАН.* 2016. URL: https://religions.unian.ua/dialogue/1317679-pro-pidsumki-pojizdki-delegatsiji-radi-tserkov-do-niderlandiv.html.

14. Балаклицький М. 120 років адвентизму в Західній Україні : походження доктрин – в <…> Едемському саду? *УНІАН.* 2009. URL: https://religions.unian.ua/holidays/263321-120-rokiv-adventizmu-v-zahidniy-ukrajini-pohodjennya-doktrin-v-edemskomu-sadu.html.

15. 83,5 українців уважають себе православними. *УНІАН.* 2012. URL: https://religions.unian.ua/orthodoxy/620570-835-ukrajintsiv-vvajayut-sebe-pravoslavnimi.html.

16. Кралюк П. Реформація – втрачений шанс українців? *ТСН.* 2016. URL: https://tsn.ua/blogi/themes/politics/reformaciya-vtracheniy-shans-ukrayinciv-740710.html.

17. У Києві секта саєнтологів маскується під курси англійської. *ТСН.* 2013. URL: https://tsn.ua/kyiv/v-kiyevi-sekta-sayentologiv-maskuyetsya-pid-kursi-angliyskoyi-283876.html.

18. Адвентисти сьомого дня. *ТСН.* 2009. URL: https://tsn.ua/video/video-novini/adventisti-somogo-dnya.html.

19. У ДНР конфіскували будівлю Церкви адвентистів. *Кореспондент.* 2016. URL: https://ua.korrespondent.net/ukraine/3785225-u-dnr-konfiskuvaly-budivlu-tserkvy-adventystiv.

20. Вигнання диявола у Франції. Чотирьох екзорцистів судитимуть за тортури. *Кореспондент.* 2013. URL: https://ua.korrespondent.net/world/1612481-vignannya-diyavola-u-franciyi-chotiroh-ekzorcistiv-suditimut-za-torturi.

21. DW: Альтернативна служба. Невикористаний потенціал. *Кореспондент.* 2013. URL: https://ua.korrespondent.net/dw/1537220-dw-alternativna-sluzhba-nevikoristanij-potencial.

22. У Сімферополі УПЦ КП відмовили у виділенні землі під храм. *Кореспондент.* 2010. URL: https://ua.korrespondent.net/ukraine/1119803-u-simferopoli-upc-kp-vidmovili-u-vidilenni-zemli-pid-hram.

23. Гутей Г. Львівські адвентисти провели урочисте служіння 110 річчя проголошення євангельської вістки. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://uuc.adventist.ua/lvivski-adventysty-provely-urochyste-sluzhinnya-110-richchya-progoloshennya-yevangelskoyi-vistky/.

24. У Луцьку відзначили Свято Подяки. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/u-lutsku-vidznachyly-svyato-podyaky/.

25. Адвентисти відкрили на Тернопільщині Центр реабілітації людей з інвалідністю. *RISU.* 2018. URL: https://risu.org.ua/ru/index/all_news/protestants/adventist/72898/.

26. П'ять мільйонів доларів жертвам війни на Сході: адвентисти відзвітували про свою благодійну діяльність. *RISU.* 2019. URL: https://risu.ua/p-yat-mln-dolariv-zhertvam-viyni-na-shodi-adventisti-prozvituvali-pro-svoyu-blagodiynu-diyalnist_n100125.

27. ADRA помогает тысячам пострадавших от землетрясений на Филиппинах. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/adra-pomogaet-tysyacham-postradavshyh-ot-zemletryasenyj-na-fylyppynah/.

28. Церковь адвентистов седьмого дня начинает глобальную молитвенную кампанию #Pray4Burundi. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/tserkov-adventystov-sedmogo-dnya-nachynaet-globalnuyu-molytvennuyu-kampanyyu-pray4burundi/.

29. Як зберегти здоров'я у великому місті. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/yak-zberegty-zdorov-ya-u-velykomu-misti/.

30. Калачинская Е. Следопытская викторина прошла в Одессе. *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/sledopytskaya-vyktoryna-proshla-v-odesse/.

31. В октябре в Харькове прошли 10 встреч молодежной программы «Рестарт». *Українська уніонна конференція церкви АСД.* 2019. URL: https://info.adventist.ua/v-oktyabre-v-harkove-proshly-10-vstrech-molodezhnoj-programmy-restart/.

Polumysna O. O., Kuryliak V. V. The image of the Seventh-day Adventist Church in the mass media of Ukraine

The article presents an analysis of the media image and image of the Seventh-day Adventist Church in the Ukrainian media. The authors analyzed information sites and resources belonging to secular media, religious information resources, and the Adventist denomination. It is concluded that Ukrainian society has a heterogeneous opinion about Adventists. This opinion is formed at the expense of the placed

materials in mass media on the basis of which it is possible to deduce positive, neutral and negative connotations. These materials shape and create the image of Ukrainian Adventists in society. As a result, it was established that during the period of Ukraine's independence, Adventists were able to form their own external image through social projects. On the one hand, this denomination is known as a supporter of a healthy lifestyle, people who are tolerant of other peoples and religions and people engaged in charitable activities. However, on the other hand, due to the constant use of words with a negative color and context, such as "sect", "stunts" and others, the image of something incomprehensible, horrible, alien that can harm human life and health emerges in the imagination of the average citizen. It is concluded that religious media form a predominantly positive internal and external image of Adventists, secular media through sensations represent Adventists as people with religious disabilities, and Adventists themselves try to show society that they can be useful in the social and charitable aspect. However, Ukraine's media need a balance of opinion on this denomination, as the unbalanced image of the denomination harms not only the denomination itself, but also the average reader who consumes conflicting information.

Key words: *Ukrainian Adventism, Protestantism, media image, image in mass media.*

УДК 331.54-053.6
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.12

Т. А. УДОВИЦЬКА
кандидат історичних наук,
доцент кафедри соціології та гуманітарних дисциплін,
Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

ПРОФЕСІЙНИЙ ВИБІР СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: АКТУАЛЬНІ ФАКТОРИ ТА «СЦЕНАРІЇ»

Статтю присвячено аналізу актуальних чинників і «сценаріїв» професійного вибору сучасної української молоді, позначені основні його складові частини: професійна орієнтація, професійне самовизначення і формування професійних уявлень, саме професійний вибір, що включає особистісні уподобання, здібності, можливості, об'єктивні та суб'єктивні соціальні чинники, зміна професійного вибору або його підтвердження, навчання і подальша робота за обраною спеціальністю. Визначено основні відмінності професійного самовизначення і професійного вибору, а саме підкреслено, що на професійний вибір можуть впливати об'єктивні соціальні та ситуаційні чинники.

Водночас окреслено основні стратегії професійного вибору в контексті його співвідношення щодо підготовки до вступу до вишу, зазначено такі їх типи: 1) вибір предметів зовнішнього незалежного тестування, вибір професії; вибір вишу; 2) вибір професії, вибір предметів зовнішнього незалежного тестування, вибір вишу; 3) вибір вишу, вибір професії, вибір предметів зовнішнього незалежного тестування. Саме такі «сценарії» формування професійного вибору з урахуванням такої складової частини, як вибір предметів зовнішнього незалежного тестування та його результати, можна вважати новими та маловивченими.

Особливу увагу приділено впливу Умов прийому до закладів вищої освіти і процедур вступної кампанії на формування і реалізацію професійного вибору. У статті показано, що професійний вибір формується не тільки у процесі навчання у школі і під впливом системи профорієнтації, а й у період вступної кампанії, на підставі чого зроблено висновок про наявність елемента ситуаційності в цьому процесі. На цю ситуаційність вказує і наявність частини абітурієнтів – нинішніх студентів, які подавали заяви в кілька вишів на різні спеціальності або вступили туди, куди дозволяли результати зовнішнього незалежного тестування. На основі аналізу даних опитування студентів 1–2-х курсів виявлено, що частина з них навчаються не за бажаною спеціальністю. І однією із причин такої ситуації респонденти вказали результати зовнішнього незалежного тестування, що не дозволили їм вступити на бажану професійну підготовку.

Отже, визначений ще один чинник впливу на формування і реалізацію професійного вибору – результати зовнішнього незалежного тестування, який чітко в літературі із цієї проблематики поки що не висвітлений, але,

© Т. А. Удовицька, 2021

на думку студентів, має місце. Водночас частина студентів готові закінчити навчання за тією спеціальністю, на яку вже вступили до закладу вищої освіти, і потім здобувати другу освіту за бажаною спеціальністю.

Крім цього, значна частина респондентів вказали на часткову поінформованість про сутність і специфіку обраної професії, що ще більше актуалізує змістове наповнення профорієнтаційної роботи з молоддю. У кінцевому підсумку показано, що специфіку і результати професійного вибору молоді необхідно розглядати і в контексті порядку прийому до закладів вищої освіти, процедури і вимоги якого впливають на його реалізацію.

Ключові слова: *професійне самовизначення, професійний вибір, молодь, зовнішнє незалежне тестування, заклади вищої освіти, вступна кампанія до закладів вищої освіти.*

Постановка проблеми. Дослідження деяких аспектів процесу професійного вибору молоді, його особливостей у контексті Умов прийому до закладів вищої освіти (далі – ЗВО) дозволить сформулювати рекомендації щодо організації роботи вишів із майбутніми абітурієнтами на підставі вистроювання професійного вибору з поєднанням процедур вступної кампанії, які дозволяють абітурієнтам на принципах справедливості, прозорості та конкурсного відбору вступити до бажаного ЗВО, на омріяний факультет, спеціальність, освітню програму.

Професійне самовизначення та професійний вибір вивчався і вивчається багатьма дослідниками із соціологічних, психологічних, педагогічних наук, прізвища яких визначаються в численних наукових публікаціях [2, с. 139]. Значна увага приділяється багатьма аспектам цього процесу, зокрема і чинникам, що на нього впливають [6]. Але на сучасному етапі спостерігається трансформація процесу професійного вибору молодими людьми під впливом низки нових чинників, як-от прийом до вишів на основі зовнішнього незалежного оцінювання спеціалістів та деяких інших можливостей для сучасних абітурієнтів, що надаються процедурами вступної кампанії. У зв'язку із цим малодослідженою ланкою формування та здійснення професійного вибору є, на нашу думку, вивчення впливу чинника результатів зовнішнього незалежного тестування (далі – ЗНО) на професійний вибір, а також дослідження «сценаріїв» вибору факультетів та спеціальностей саме під час вступної кампанії. Відповідно до наукової гіпотези щодо вивчення цих компонентів, результати ЗНО стають ще одним чинником, що впливає на професійний вибір, а «сценарії» обрання спеціальності, факультету та вишу для навчання формуються і під впливом процедур вступу.

Мета статті – визначити особливості процесу професійного вибору в контексті Умов та процедур вступу до сучасних вишів.

Виклад основного матеріалу. Аксіомно, що професійне самовизначення є основою професійного вибору і важливим етапом цього процесу. У зв'язку із цим доцільно позначити ці етапи, визначити їхню роль у професійному виборі. На нашу думку, ці етапи виглядають так (авт.):

Професійна орієнтація
v
Професійне самовизначення і формування професійних уявлень
v
Готовність до професійного вибору
v
Професійний вибір (включаючи особисті інтереси і переваги, здібності, можливості, об'єктивні і суб'єктивні соціальні чинники)
v
Зміна професійного вибору або його підтвердження
v
Навчання і подальша робота за обраною спеціальністю.

Але в цих процесах і етапах наявні деякі відмінності, про що говорять і дослідники. Так, А.І. Кравченко зазначає: «Вибір професії – усвідомлена або неусвідомлювана перевага при визначенні свого місця у професійній стратифікації суспільства». Автор підкреслює: «Якщо психологи і педагоги трактують його перш за все або виключно як стихійний та індивідуальний процес пошуку людиною свого майбутнього робочого місця, параметри якого повинні відповідати характеристикам особи (схильностям, темпераменту, соціальному статусу, місцю проживання тощо), то соціологи дивляться на цей вибір інакше. Найголовніша відмінність полягає в тому, що соціологи йдуть від інтерпретації вибору професії виключно як індивідуально-особового процесу. Вибір здійснюють за людину не його особисті схильності, бажання і потреби, а на нього впливають: а) соціальні обставини; б) соціальні агенти, партнери, родичі, друзі та ЗМІ; в) певні соціальні і ситуаційні фактори» [5, с. 52]. У таких твердженнях ми явно бачимо головні відмінності професійного самовизначення і професійного вибору, між першим і другим лежать передусім чинники й обставини соціального характеру. У традиційному підході до професійного вибору беруться здібності та схильності старшокласника, у соціологічному – звертають увагу на соціальні чинники, як-от вплив інших людей, соціальне становище старшокласника тощо.

Варто звернути увагу і на підхід Г.-М.М. Саппи, у якому співвідношення понять «професійне самовизначення» і «вибір професії» також дещо відрізняються, яка визначає професійне самовизначення «як тривалий процес побудови внутрішнього суб'єктивного плану на відміну від вибору професії, що стосується поведінки людини. Таким чином, якщо вибір професії – це ухвалення молодою людиною рішення про отримання соціально значущого результату, то професійне самовизначення – це пошук «своєї» професії і «себе у професії», власної професійної ролі в ній, визначення для себе професійних перспектив і їх досягнення» [7, с. 252–253].

Отже, ми можемо визначити такі особливості професійного вибору: він може відрізнятися від професійного самовизначення, адже на професійний вибір можуть впливати чинники як суб'єктивного (професійні уявлення та переваги), так і об'єктивного характеру (соціальні та ситуаційні чинники); професійний вибір молоді може впливати на зміни у структурі закладів професійного навчання, а також на ситуацію на ринку праці і зайнятості (а саме перевиробництво в підготовці кадрів за одними напрямами і відсутність кадрів інших, які не обирає молодь); професійний вибір може мінятися на різних етапах формування і розвитку особистості.

У структурі аналізу професійного самовизначення важливе місце належить вивченню чинників, які впливають на процес професійного вибору молоді. Практично в кожній науковій статті, що присвячена проблемам професійного самовизначення та вибору молоді, надається характеристика таких чинників. Але наведемо одну з них, яка, на нашу думку, найкраще «виводить» нас на можливість аналізу сценаріїв цього вибору, дозволяє включити до переліку чинників, що впливають на нього, чинник результатів зовнішнього незалежного оцінювання. Так, у процесі реалізації професійного вибору І.В. Арендачук виділяє три основні стратегії вибору старшокласниками навчально-професійної траєкторії:

«1) самовизначення «від предмета» (вибір предметів у сучасних умовах – зовнішнє незалежне тестування і підготовка до нього > вибір навчального закладу) – така стратегія здійснюється старшокласниками (5–15% від загального числа тих, що навчаються), що відрізняються або слабким ступенем готовності до професійного самовизначення, або, навпаки, твердим вибором якогось специфічного роду майбутнього заняття;

2) самовизначення «від професії» (вибір професії > вибір навчального закладу > вибір предметів ЗНО і підготовка до їх складання), характерне для 22–30% старшокласників – у них простежується сформованість цілеформування і наявність кар'єрно-професійного плану, психологічна готовність до професійного самовизначення, усвідомленість у виборі професії і навчального закладу, відповідальність у виборі (оскільки поточний вибір екзаменаційного предмета вони здійснюють незалежно від ступеня його складності);

3) самовизначення «від навчального закладу» (вибір навчального закладу > вибір предметів і підготовка за ними > вибір професії або здобуття ще однієї освіти), властиво більшості сучасних школярів випускних класів (33–55%), які мають високий рівень готовності до професійного самовизначення і вибирають престижній виш, його контингент, як студентський, так і викладацький, якість освіти (наприклад, рівень соціальної успішності випускників)» [1, с. 19].

У процесі дослідження проблеми професійного вибору було проведено анкетне опитування студентів 1–2-го курсів вишів м. Харкова

(257 осіб). На наш погляд, їхні відповіді деякою мірою дозволять визначити тенденції й особливості формування професійного вибору в сучасних умовах і порядку вступу до вишів, оскільки вони його вже зробили, розпочали професійне навчання.

Як уже було визначено, етап формування професійного вибору є важливим, і для його визначення респондентам було запропоноване питання «У який період сформувався Ваш професійний вибір?». У результаті були одержані такі відповіді: у 9-му класі – 22% тих, хто відповіли; в 11-му класі – 24% тих, хто відповіли; у 10 класі – 17% тих, хто відповіли; влітку, у період вступної кампанії із професійним вибором визначилися 16% тих, хто відповіли; в останню мить вступили туди, куди була можливість, 8% тих, хто відповіли; про майбутню професію мріяли завжди 13% тих, хто відповіли. За результатами відповідей є очевидний висновок, що в більшості респондентів цей вибір сформувався у школі. Але деяка частина молодих людей (24%) зазначили, що із професійним вибором вони визначилися в період активного етапу вступної кампанії, що актуалізує профорієнтаційну складову частину вже в роботі приймальних комісій.

Виходячи з нашого твердження, що професійний вибір не завжди збігається із професійним самовизначенням, ми запитали студентів, чи навчаються вони за бажанню професією. У результаті 67,7% ствердно відповіли на це питання, а 32,3% відзначили, що здобувають професійну освіту не за бажаною спеціальністю. На нашу думку, це великій відсоток. Але під час дослідження ми спробували виявити подальші дії тих респондентів, що вступили на спеціальність, яка не відповідає їхнім професійним перевагам (рис. 1). Так, навчатимуться на даному факультеті та в майбутньому працюватимуть за даною спеціальністю, оскільки вона сподобалася у процесі навчання, 51,9% опитаних студентів, вчитимуться на даному факультеті для здобуття вищої освіти у принципі 26,58% опитаних студентів, закінчать навчання на даному факультеті, а потім здобуватиму другу вищу освіту за спеціальністю, на яку хотіли поступати спочатку, 18,99% опитаних студентів, відрахуються після 1 (2) курсу і намагатимуся поступити туди, куди хотіли спочатку, 2,53% опитаних студенів.

Для з'ясування ступеня знань молодих людей про майбутню професію ми запитали студентів, що вони знають про неї на момент вибору. Відповіді виявилися такими: частково знали щось про професію 58,4% опитаних; чітко мали уявлення про майбутню професію 31,9% опитаних; зовсім не мали уявлення про обрану професію 9,7%. Отже, для половини студентів молодших курсів їхня професія «на страті» опинилася "terra incognita", що вкотре підкреслює важливість профорієнтаційної роботи, а не популяризації факультетів та спеціальностей вишів, що здебільшого відбувається під назвою «профорієнтація». Водночас більшість тих, хто відповіли, що все-таки мали уявлення про обрану професію, так відповіли про те, що знали про неї на період

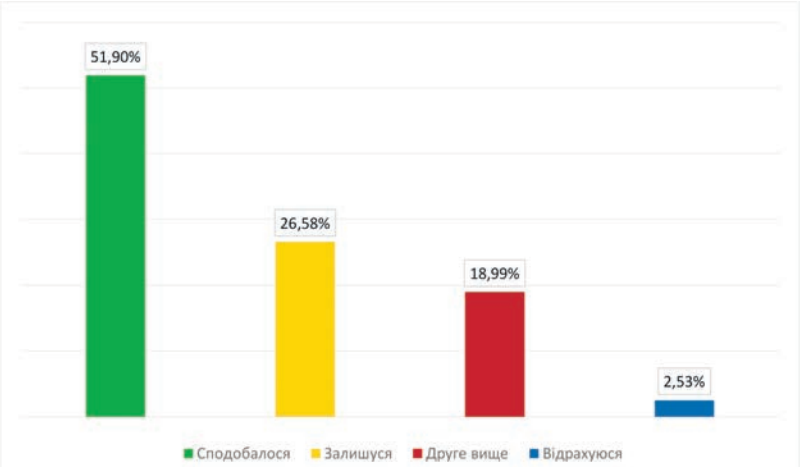

Рис. 1. Подальші плани студентів, які навчаються не за бажаною спеціальністю

професійного вибору: знали основні обов'язки і види діяльності в цій професії – 63,8% ; знали її затребуваність на ринку праці та рівень зарплати – 19,6%; знали її назву і приблизно сферу роботи – 14%; знали інше – 2,6%.

Під час проведення аналізу проблем і суперечностей професійного вибору важливою була думка і самих молодих людей про те, чому молоді люди помиляються із професійним вибором (рис. 2). На думку респондентів, таке трапляється тому, що молоді люди: обирають професію під впливом сім'ї й інших, а не їхніх особистих бажань; на момент вступу до вишів вони не всі знають про зміст вибраної професії; не знають своїх здібностей до цієї професії; обирають професію просто випадково.

Під час визначення чинників, що можуть впливати на професійний вибір, ми вводимо такий чинник, як результати зовнішнього незалежного оцінювання якості освіти. І про вплив такого чинника ми також дізнавались у респондентів. Так, 19,5% респондентів уважають, що ці результати впливають на можливість здійснення запланованого професійного вибору, а 80,5% – що ні. Як видно, на думку більшості, результати ЗНО несуттєво впливають на можливість здійснити запланований професійний вибір, але для деяких молодих людей – це може бути вирішальний чинник. І вивчення його впливу повинно стати об'єктом міжпроблемних досліджень, а саме, з одного боку, удосконалення процедури

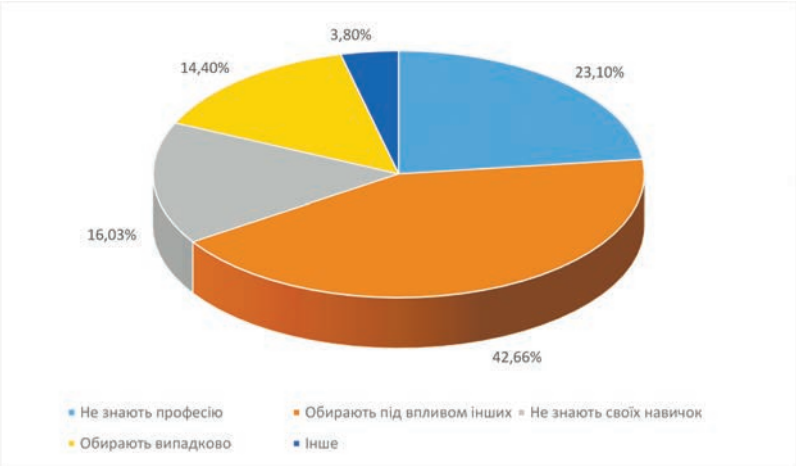

Рис. 2. Як Ви вважаєте, чому молоді люди помиляються з вибором професії?

відбору до вишів на підставі результатів ЗНО, із другого – забезпечення можливості молодій людині реалізувати свої професійні уподобання.

Під час дослідження цього впливу інтерес становить і вивчення послідовності професійного вибору з урахуванням реєстрації на зовнішнє незалежне тестування. Так, 28,8% респондентів спочатку вибрали предмети, із яких краще підготовлені, для успішного складання незалежного тестування, а потім вибирали спеціальність під ці предмети. 43,2% респондентів спочатку визначилися з майбутньою професією, а потім вибирали предмети незалежного тестування, які потрібні для вступу. Визначилися наперед із вибором предметів і спеціальності – 28% респондентів. Отже, для половини студентів пріоритетним все-таки був вибір майбутньої професії. Але відповіді на дане питання підкреслюють чинник результатів зовнішнього незалежного тестування, що впливають на професійний вибір, що, у свою чергу, «розмиває» для окремої частини молодих людей їхні професійні орієнтації.

На нашу думку, для з'ясування алгоритму професійного вибору абітурієнтами вже під час вступної кампанії можна враховувати і «сценарії» подання документів на окремі спеціальності під час вступної кампанії (рис. 4).

Так подавали документи: у ЗВО на одну спеціальність, про яку мріяли, – 48,1% опитаних студентів; у ЗВО на схожі

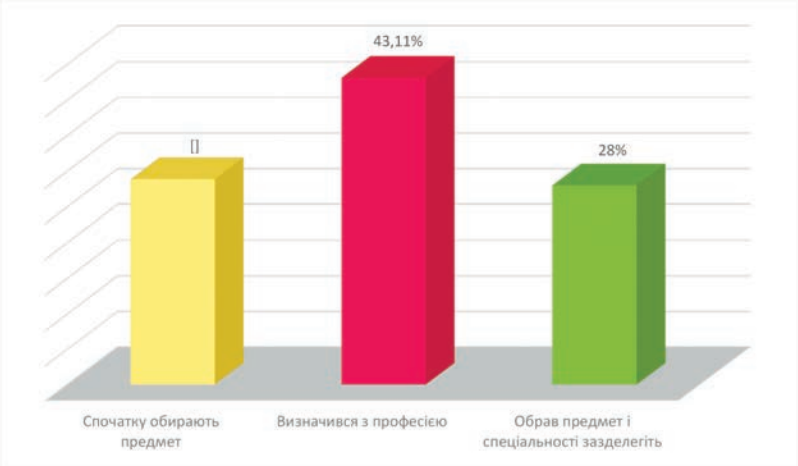

Рис. 3. Розподіл пріоритетів під час реєстрації на зовнішнє незалежне тестування і вибору професії

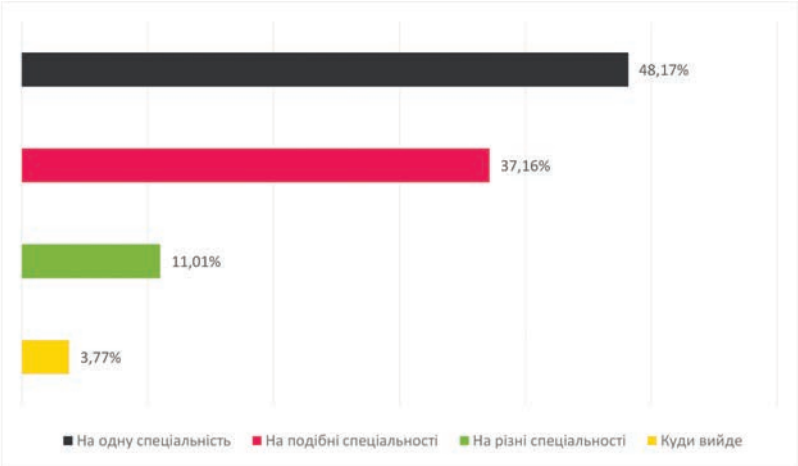

Рис. 4. «Сценарії» подачі документів під час вступної кампанії

спеціальності – 37,1% опитаних студентів, у ЗВО на абсолютно різні спеціальності – 11% опитаних студентів; на будь-які спеціальності, куди дозволяли предмети і бали ЗНО, – 3,8% опитаних студентів. За

результатами відповідей ми також можемо зробити висновок про деяку хаотичність у виборі спеціальності практично в 14% респондентів, що згодом може привести до зміни професійних переваг. На питання про причини таких «сценаріїв» подачі документів відповіді розподілилися таким чином: 35% респондентів подавали документи в різні виші для того, щоб просто використати надану можливість, а із закладом освіти і спеціальністю навчання вони визначилися давно, 65% респондентів не були впевнені, що поступлять в обраний виш, подавали документи в декілька закладів і на декілька спеціальностей для «підстрахування».

Для визначення ролі зовнішнього незалежного тестування у професійному виборі ми також спробували з'ясувати, як його результати, на думку студентів, впливають на формування якісного професійно орієнтованого студентського контингенту. Так, опитані студенти вважають, що ЗНО: сприяє вступу до вишів добре підготовлених и професійно орієнтованих абітурієнтів (34,3%); ніяк не впливає на вибір професії (33%), обмежує можливість професійного вибору (32,7%). Отже, частина респондентів уважають, що зовнішнє незалежне тестування з необхідністю вибирати окремі предмети для тестування і необхідністю набрати потрібну кількість балів дещо обмежує можливість професійного вибору.

Отже, вплив ЗНО на процес професійного вибору простежується досить чітко, і ця проблема потребує фундаментального дослідження для вироблення адекватних методів професійної орієнтації та формування професійного вибору в умовах змін прийому у виши. Можемо припустити, що так відповіли ті студенти, які склали ЗНО з невисокими балами і не змогли вступити на бажанні спеціальності. Але це тільки припущення.

Як підсумок, ми попросили респондентів сформулювати рекомендації щодо надання допомоги молодим людям у професійному виборі. Серед частіших відповідей були такі: «надання більшої кількості інформації про сучасні професії», «поєднання практики роботи і навчання за фахом для більшого практичного опанування майбутньої спеціальності», «надавати більше часу на вибір під час вступної кампанії», «більше проводити пропаганду тих спеціальностей, що потрібні в регіоні».

Висновки і пропозиції. На підставі результатів проведеного дослідження зроблені висновки і сформульовані такі рекомендації:

1. Для більшості студентської молоді професійний вибір є бажаним, і вони навчаються за фахом, про який мріяли, що дозволяє їм відповідально ставитися до навчання й опанування професії. Студенти, у яких даний вибір не відповідав попереднім професійним перевагам, змінили свою думку щодо вибраної професії, коли ознайомилися з нею у процесі навчання.

2. Етап професійного самовизначення і формування професійного вибору для більшості молодих людей припадає на шкільний період.

Також необхідно відзначити, що частина молоді визначилися з вибором безпосередньо в останню мить вступної кампанії, оскільки не мали чіткого професійного вибору.

3. Результати дослідження показали, що більшість абітурієнтів пріоритетно визначилися із професією, а потім вибирали предмети ЗНО для вступу на обрану спеціальність. Але частина абітурієнтів в тих або інших варіантах відповідей визначають результати ЗНО як чинник впливу на їхній професійний вибір.

Надана можливість під час вступу подавати документи не тільки в декілька вишів, але і на різні спеціальності в одному виші, приводить, на нашу думку, якщо не до хаотичності професійного вибору, то до його нечіткості і для самих абітурієнтів, і для закладів вищої освіти в частині формування професійно орієнтованого студентського контингенту.

4. Правильний вибір професії розкриває перед молодою людиною шлях до реалізації своїх здібностей і життєвих планів, сприяє ефективному використанню трудового потенціалу на користь особи і суспільства. Складність цього вибору зумовлена його подвійністю: з одного боку, є об'єкт вибору – мир професій і вид професійної діяльності з широким спектром характеристик, з іншого – кожна молода людина – це суб'єкт вибору професії – особистість, зі своїми якостями, мріями та планами.

Не вивчати і не управляти процесом професійного вибору молоді не можна, бо від його характеру залежать не тільки соціальне самопочуття й успішність молодих людей, але й інші сфери суспільства, як-от система професійного навчання, зокрема й вища, ринок праці та зайнятості.

Список використаної літератури

1. Арендачук И.В. Проблема выбора профессии современными старшеклассникам. *Профессиональная ориентация.* 2017. № 1. С. 16–22. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vybora-professii-sovremennymi-starsheklassnikami.

2. Байдак Т.М., Болотова В.О. Уявлення сучасних школярів про майбутню професійну діяльність та кар'єру. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2020. Вип. 86. С. 138–152.

3. Дослідження якості конкурсного відбору студентів вищих навчальних закладів за результатами зовнішнього незалежного оцінювання: аналітичні матеріали. Киї в: Нора-Друк, 2015. 157 с.

4. Кар'єрно-професійні уявлення й переваги студентів: тренди, парадигми, фактори : програма і матеріали XXVIII Міжнародної студенської наукової конференції, 10 квітня. Харків : Вид-во НУА, 2021. 200 с.

5. Кравченко А.И. Выбор профессии как социологический феномен: вопросы теории. *Вестник Московского университета. Серия 18 «Социология и политология».* 2017. № 1. С. 49–65. URL: https://vestnik.socio.msu.ru/jour/article/view/242/218#.

6. Ляховченко Н.В., Петрук В.А. Аналіз факторів, що впливають на вибір майбутньої професії старшокласниками. *Вісник Вінницького політехнічного інституту.* 2014. № 4. С. 125–128. URL: file:///C:/Users/fdp/Downloads/vvpi_2014_4_21.pdf.

7. Саппа Г.-М.М. Професійне самовизначення у структурі соціального самовизначення учнівської молоді. *Право і безпека.* 2010. № 4. С. 251–254. URL: file:///C:/Users/fdp/Downloads/Pib_2010_4_58%20(1).pdf.

8. Сидоренко О.Л. Актуальні причини застосування зовнішнього незалежного оцінювання як забезпечення очікування соціуму. Харків : Видавництво НУА, 2015. 245 с.

Udovytska T. A. Professional choice of modern youth: actual factors and "scripts"

The article deals with the analysis of actual factors and "scripts" of professional choice of modern Ukrainian youth. The following main components of professional choice have been outlined and analyzed: professional orientation, professional self-determination and development of professional concepts, readiness for professional choice, professional choice (including personal interests and advantages, abilities, opportunities, objective and subjective social factors), change of professional choice or its acknowledgement, study and further activities within the framework of the chosen specialty. The main differences of professional self-determination and professional choice have been outlined, namely, it has been emphasized that objective and situational factors may impact the professional choice.

The main strategies of professional choice in the context of its correlation to the preparation for admission to a higher educational establishment have been stated, namely, such types have been mentioned: 1) the choice of subjects of external independent testing, choice of profession; choice of a higher educational establishment; 2) choice of profession, choice of subjects of external independent testing, choice of a higher educational establishment; 3) choice of a higher educational establishment, choice of profession, choice of subjects of external independent testing. It is these "scripts" of professional choice development, when the choice of subjects of external independent testing and its results is included, which can be considered new and poorly studied. Special attention is given to the influence of Terms of admissions to higher educational establishments and procedures of university admissions process to the development and implementation of professional choice. The article shows that professional choice has been developed not only in the process of studying at school and under the influence of the system of career aptitude system, but also in the period of university admissions process. Based on this fact, the author has deduced the availability of the element of situationality within this process. This situationality is also shown by the part of prospective students, which are now actual students, who submitted applications to several higher educational establishments for various specialties or they have entered such universities where they could manage to enter, following the results of external independent testing.

Due to the analysis of survey conducted with 1st and 2nd year students, it has been found out that part of them do not study the desired specialty. One of reasons for such a situation was, according to the respondents, due to the results of external independent testing, which would not allow them to enter the desired professional training. Thus, one more factor has been stated, impacting the development and

implementation of professional choice, which lies in results of external independent testing. This factor has not been stated in the literature for now, however, it is considered important by the students themselves. Part of students, herewith, is ready to finish their training within their chosen specialty and then to receive another training according to their desired specialty.

Moreover, the significant part of respondents have stated their partial awareness of the nature and specificity of the chosen profession, thus even more actualizing the organization and details of career aptitude work with the youth.

It has been shown, ultimately, that specificity and results of youth's professional choice need to be considered also within the framework of the mode of admittance to higher educational establishments, where procedures and demands impact its implementation.

Key words: *professional self-determination, professional choice, youth, external independent testing, higher educational establishments, university admissions process.*

УДК 316.76
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.13

І. П. ШЕВЕЛЬ
кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин,
Київський національний університет культури і мистецтв

ЦІННІСНІ ПРОТИСТОЯННЯ ЯК ВИЯВ СОЦІАЛЬНОГО КОНФЛІКТУ

У статті подано теоретичних огляд ціннісних конфліктів та їх практичне дослідження, розглянуто особливості ціннісних конфліктів. У глобалізаційному науковому світі конфлікт цінностей має пізнавальне значення і роз'яснення сучасної ціннісної ситуації на соціологічному рівні. Проводиться аналіз відмінностей у протистоянні та цінностях, самі значення понять «цінності» та «культури цінностей» змінюються і відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, ведуть до змін. У разі порушення ціннісних принципів порушується відчуття стабільності, яка є основою ціннісних чинників.

В українському суспільстві спостерігається період соціально-економічної кризи, яка є проявом та загостренням ціннісного конфлікту та конфлікту інтересів у всіх галузях суспільного життя.

Потребує наукового вивчення сам аналіз динамічних сплесків виникнення конфлікту цінностей у системі управління від владних органів під час пандемії у глобалізаційному світі. Простежується взаємозалежність конфліктів цінностей та інтересів між законами держави та конфліктом зацікавлених осіб. Пошуки механізмів вирішення та врегулювання таких конфліктів.

У статті досліджується вивчення конфлікту цінностей у вітчизняній і закордонній літературі, розкриті шляхи вдосконалення механізмів регулювання конфліктів. Ця тема завжди цікавила різних науковців із різних галузей і в різні періоди виникнення конфліктів.

На посттоталітарному просторі країни не зовсім підготовлені до виникнення конфліктів та їхніх наслідків. Це пояснюється тим, що сучасний світ дуже швидко розвивається, конфлікт стає буденним явищем, самою реальністю суспільного життя. Не всі цінності в суспільстві однаково оцінюються.

Конфліктні види поведінки особистості тісно пов'язані із системою цінностей. Система цінностей має динаміку значущості цінностей, якщо вони не відповідають вимогам у власному житті, то це однозначно призводить до конфлікту і незадоволеності життям.

Основне в дослідженні – показати розмежування понять «конфлікт інтересів» і «конфлікт цінностей». У цих конфліктах не завжди проявляється ворожість, яка виливається в конфлікт і потім впливає на конфліктну поведінку оточення.

Ключові слова: *ціннісний конфлікт, конфлікт інтересів, конфлікт, система цінностей, конфліктологія.*

© І. П. Шевель, 2021

Постановка проблеми. Нині інформація надходить так швидко, що людський мозок не встигає її опрацювати і скористатися, також дуже швидко відбуваються соціальні зміни в суспільстві, які несуть зміни в потребах людей. Із стрімкою зміною цінностей підвищується соціальна мобільність серед населення, виникають конфлікти та суперечності щодо ціннісних норм. Сучасне життя диктує свої правила, значно знижує важливість цінностей. На думку відомого вченого Е. Фромма, сучасна людина не поєднує, а робить у своїх діях величезний розрив між тим, що вважається цінностями людини, і тими, якими вона керується [9, с .65–68].

Із соціальними змінами суспільства виникає потреба в дослідженні поняття «ціннісний конфлікт», який супроводжує весь час у розвитку суспільства. Змінюються всі стереотипи щодо вивчення цього поняття, він гальмує економічні та політичні, соціальні зміни у свідомості людей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У соціології вивчення конфлікту почалося ще за часів Т. Гоббса, а в XIX ст. конфлікт почав вивчати Г. Зіммель, згодом вивчали К. Боулдінг, Р. Дарендорф, Л. Козер та інші. Серед українських соціологів цією проблемою ціннісних протистоянь цікавилися В. Бакіров, Л. Оссовський, А. Ручка, В. Танчер, Л. Сокурянська, І. Бекешкіна, М. Пірен, І. Шевель. Фахівці інших галузей суспільно-гуманітарного знання також вивчали цю категорію.

У наукових працях описуються багато досліджень, присвячених вивченню конфлікту цінностей, але потрібно все ж формувати нові методи і механізми вивчення та розв’язання ціннісних конфліктів. Конфлікти постійно змінюють свій вектор проходження фаз розвитку, завжди виникає новий об’єкт вивчення.

Мета статті – наукове вивчення конфлікту цінностей, ціннісної диференціації, ціннісних відмінностей у різних групах у разі соціальних змін у сучасному суспільстві.

Виклад основного матеріалу. Проблема конфліктів завжди цікавила різних учених, а особливо конфлікти інтересів, потреб та ціннісні. У сучасних країнах поняття цінності вивчається частіше у двох значеннях: релігійні та гуманістичні: милосердя, співчуття, індивідуальність та відповідальність. Але ці цінності не є нормою, вони не впливають на поведінку людей і не спричиняють конфліктної ситуації. Саме цінності споживання стають мотивами поведінки, потреби у власності та суспільному становищі.

Підхід до вивчення поняття цінності характеризує цілісну структуровану систему цінностей, яка орієнтується на суспільні та життєві ситуації індивіда [1, с. 31].

У вчених різні погляди на вивчення ціннісного конфлікту. Відмінності – це не факти, це віра в ці факти. Відмінності між народами призводять до ціннісних конфліктів і ставлять під загрозу всі методи та способи їх вирішення. У багатьох складних суспільствах

існує не одна система цінностей, тому що цінності часто конфліктують одною, між системами відбувається протистояння [7, с. 285–292].

Теорія конфліктів пояснює, як цінності кожної групи відрізняються в межах однієї культури, а також спільні цінності всередині культури. Методологічний підхід даного дослідження – вивчення джерел виникнення конфлікту в ціннісних диференціаціях, різні підходи до вивчення конфлікту серед теорій класиків соціології.

За даними моніторингу Інституту соціології НАН України за 2019 р. було досліджено, що цінності та традиції, соціальна поведінка людей на 22,8% близькі до східнослов'янських країн, ніж до країн Західної Європи, а 16,6% уважають цю ситуацію, навпаки, більше схожою на стан країн Західної Європи, ніж східнослов'янських країн. Отже, соціальна напруга чи конфліктні ситуації між різними соціальними групами близьких країн не спостерігаються, відбуваються лише всередині держав. Конфліктні ситуації становлять 14,3% протестів за ціннісні пріоритети всередині держави, де 17,4% опитаних пішли б на такі страйки для поліпшення ситуації в суспільному житті. Такі цінності, як рівність, свобода, взаємодопомога, натепер є актуальними, що підтвердили 17,7% опитаних, а 36% уважають, що система таких цінностей, як збагачення, індивідуалізм, прагнення до особистого успіху, дуже твердо прижилася в нашій сучасній країні [8, с. 431–440].

Розглянемо підходи до вивчення конфлікту цінностей класиків соціології.

На думку Л. Козера, культурні поведінкові цінності мають відмінності в тій чи іншій соціальній групі. Л. Козер вивчав конфлікт із позитивної сторони і вважав, що всі конфлікти ведуть до розриву соціальної системи. Він уважає, що толерантне ставлення до конфліктних орієнтирів дає змогу спрямувати конфлікт до самооптимізації. Під конфліктом Л. Козер розумів «боротьбу за цінності і домагання володіння <…>» [4, с. 542–550].

Т. Парсонс відводить значне місце у вивченні конфлікту цінностям і вважає, що важливий вплив цінностей зумовлює конфлікти за матеріальні успіхи, демократію, свободу, справедливість, індивідуалізм. Будь-яка культура може суперечити своїм цінностям через невідповідність дій людей у суспільстві. Тому що поведінка людей не зовсім характеризує їхні дії та їхні думки, саме щодо реальної культури, цінностей та норм у суспільстві, кожне суспільство – стійка та стабільна культура, добре інтегрована структура, кожний елемент має власну функцію, функціонування соціальної структури спирається на ціннісні норми членів суспільства, які забезпечують у суспільстві стабільність [6, с. 12–24].

Р. Дарендорф уважає, що соціальні позиції призводять до нерівностей та відмінностей в інтересах людей і спричиняють конфлікти, у кожному суспільстві є соціальні зміни, конфлікт іде поруч із суспільним розвитком, з розбіжностями в цінностях, поглядах на різні ситуації

в суспільстві, кожний елемент суспільства впливає на його дезінтеграцію та зміни, де одні члени суспільства підпорядковуються іншим [3, с. 359–376].

Е. Боулдінг у праці «Конфлікт та захист: загальна теорія» зазвначає, що конфлікт є невід'ємним елементом суспільного життя, різновидом соціальної взаємодії, а сучасні суспільства здатні вивчати і регулювати його [2].

Р. Мертон розділяє думку Л. Козера та зауважує, що люди ставлять на перші місця за важливістю такі цінності, як багатство, успіх, влада і престиж, але в них немає рівних можливостей для досягнення цих цінностей [5, с. 145–146].

Універсальності щодо вивчення конфлікту натепер ще не винайдено. Поділ на конфлікт цінностей, інтересів є найпоширенішим.

Висновки і пропозиції. У підсумку зазначимо, що конфлікт цінностей вивчається в рамках окремих самостійних дисциплін різними науковцями соціогуманітарного знання. Ведеться глибокий аналіз сучасного знання про ціннісний конфлікт. Виникають нові форми суспільного життя та взаємодії, які надають пояснення соціальним змінам ціннісних систем та їх регуляції. Вчення про таке явище, як конфлікт, набуває знання про нові тенденції. Єдиного визначення термінів «цінність» та «конфлікт цінностей» немає. Суспільні цінності виконують регулятивні функції в суспільстві.

Список використаної літератури

1. Бакиров В. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. Харьков, 1988. 152 с.
2. Boilding R. Conflict and defense: A general theory. New York, 1962.
3. Дарендорф Р. Функции социальных конфликтов. Тропы из утопии. Москва : Праксис, 2002. С. 359–376.
4. Козер Л. Функции социального конфликта. *Американская социологическая мысль.* Москва, 1996. С. 542–550.
5. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. Москва : АСТ ; Хранитель, 2006. С. 145–146.
6. Parsons T. The Theory of Human Behavior in its Individual and Social Aspects». *The American Sociologist*. 1996. Vol. 27. № 4. P. 12–24.
7. Ручка А. Ціннісна ментальність українського соціуму в першій декаді нового століття. *Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін.* Київ : ІС НАНУ, 2009. С. 285–292.
8. Українське суспільство : моніторинг соціальних змін / Інститут соціології НАН України. Київ, 2019. Вип. 6 (20). С. 431–440.
9. Фромм Э. Психоанализ и этика. Москва : Республика, 1993. С. 65–68.

Shevel I. P. Value oppositions as manifestations of social conflict

The article presents a theoretical overview of value conflicts and their practical study, considers the features of value conflicts. In the globalized scientific world, the conflict of values has a cognitive significance and an explanation of the current

value situation at the sociological level. The analysis of differences in confrontation and values is carried out, the very meaning of the concept of "value" and "culture of values" is changing and plays an important role in modern society and leads to change. In violation of value principles, the feeling of stability, which is the basis of value factors, is violated.

Based on the present, in Ukrainian society during the socio-economic crisis, which is a manifestation and exacerbation of value conflicts and conflicts of interest in all spheres of public life.

The analysis of the dynamic spikes in the emergence of a conflict of values in the system of government management during a pandemic in a globalizing world requires scientific study. The interdependence of conflicts of values and interests between the laws of the state and the conflict of interested persons is traced. Search for mechanisms for resolving and resolving such conflicts.

The article examines the study of the conflict of values in domestic and foreign literature and reveals ways to improve the mechanisms of conflict management. This topic has always been of interest to different scholars from different fields and in different periods of conflict.

In the post-totalitarian space, countries are not quite prepared for conflicts and their consequences. This is explained by the fact that the modern world is developing very rapidly and conflict is becoming an everyday phenomenon, the very reality of public life. How can we analyze that not all values in society are equally valued.

Conflicting behaviors are closely related to the value system. The system of values has a dynamic of significance of values and if they do not meet the requirements of their own lives, it clearly leads to conflict and dissatisfaction with life.

The main point of the study is to show the distinction between the concepts of "conflict of interest" and "conflict of values". These conflicts do not always show hostility, which results in conflict and then affects the conflict behavior of others. Conflict plays a leading role among interest groups.

Key words: *value conflict, conflict of interests, conflict, value system, conflictology.*

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

УДК 366.02
DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.89.14

М. В. БІРЮКОВА
доктор соціологічних наук, доцент,
професор кафедри соціології та політології,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ТЕХНОЛОГІЇ САМОПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У статті представлено авторські роздуми щодо систематизації соціологічного дискурсу стосовно сучасних технологій самопрезентації та самопросування особистості в соціальних мережах. Передумовою вибухового прояву таких технологій стала передусім світова пандемія, яка перенесла більшість соціальних інтереакцій у віртуальний простір. Робота продовжує серію статей щодо сучасних технологій діджиталізації у віртуальному просторі за допомогою мобільних месенджерів та соціальних мереж.

У статті проаналізовано особливості поширення технологій самопрезентації в соціальних мережах у період глобальних трансформації, а особливо в період світової пандемії. Визначено, що в недалекому минулому важливими функціями соціальної комунікацій та соціального управління слугували домінантні технології суб'єктно-об'єктної взаємодії, потім їх замінили партнерські технології суб'єктно-суб'єктної інтеракції, а нині актуалізуються технології самопросування як організаційного рівня, так і особистісного.

У статті констатовано, що до класичних функцій соціальних мереж, серед яких найпоширенішими виступають зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя; «глобалізація» життєвого простору людини (створення груп, які реально включають людей, що фізично проживають та перебувають у різних країнах); зберігання персональних даних анкет учасників та інформації про їхні зв'язки; можливість встановлювати зв'язки типу «друг», «читач», «колега» та інші. Натепер одними з важливіших функцій соціальних мереж стають функції самоактуалізації, «оцінювання» та фільтрації.

Визначено, що основною технологією, що дає змогу реалізовувати всі вищезазначені функції в соціальних мережах, виступає особистий аккаунт, який розвивається за допомогою фото-контенту, постів і сторіз. Для просування «власного бренду» використовуються лайки, дізлайки, коментарі, хештеги, проведення конкурсів і здійснення діалогу з «армією» підписників.

© М. В. Бірюкова, 2021

Новою технологією самопросування за допомогою соціальних мереж виступають різноманітні колаборації. Соціальні мережі так само активно допомагають просувати не тільки свої блоги й онлайн-бізнес, але й оффлайн-бізнес, послуги та товари. Однак наявні деструктивні технології, але вони також стають технологіями самопрезентації та самопросування, – це технології хайпу й кібербулінгу.

Ключові слова: *технології, соціальні мережі, самопрезентація, самопросування, віртуальний простір.*

Постановка проблеми. Швидкий і бурхливий розвиток інформаційно-комунікативних технологій, що почався в кінці минулого століття й активно продовжує дотепер, став результатом формування нового типу інформаційного суспільства, у якому вкорінюються нові способи передачі соціокультурного досвіду. Соціальні мережі та месенджери – наша нова реальність, у них зосереджена велика частка контенту. Пости в соцмережах упевнено випереджають публікації в засобах масової інформації, спілкування на форумах і у блогах. Раніше головною функцією соціальних мереж було спілкування і задоволення потреби в новинах і подіях, але зараз це ефективні канали для просування свого блогу чи бізнесу. Нині нікого не здивуєш тим, що за допомогою просування свого акаунта в соціальних мережах можна заробляти. Особливо актуальним це стало під час пандемії COVID-19 навесні 2020 р. Унаслідок карантинних заходів, ужитих державою, багато людей залишилися без роботи і грошей. Особливо сильно це вплинуло на матеріальний стан людей, що призвело до пошуку дистанційної роботи, а активність в соціальних мережах збільшилася. Більшість користувачів таких платформ, як Instagram, TikTok, YouTube, хоча б раз замислювалися про ведення блогу, навіть робили спроби домогтися успіху, а пандемія стала приводом для цього.

Зміна способу отримання і передачі інформації так само змінює і світ, модифікує його. І якщо в недалекому минулому важливими функціями соціальної комунікацій та соціального управління слугували домінантні технології суб'єктно-об'єктної взаємодії, потім їх замінили партнерські технології суб'єктно-суб'єктної інтеракції, натепер актуалізуються технології самопросування як організаційного рівня, так і особистісного. Технології самопросування на рівні організації вже досить активно досліджуються фахівцями з теорії управління, соціологами і психологами, мають назву PR-технологій, протеїтехнологій самопрезентації окремої особистості ще тільки набувають поширення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному соціологічному дискурсі всебічно аналізується соціально-комунікаційний простір віртуального суспільства, намагання відстежити інформаційні потоки в інтернеті, визначити проблематику соціальних та комунікаційних процесів, їхню технологічність. У західній соціології склалися наукові напрями, що досліджують особливості становлення

та розвитку мережевого суспільства (Дж. Мітчел), особливості соціальної взаємодії в Мережі (Дж. Мід, Г. Блумер) та інші[1].

Вивченню негативних наслідків комунікації в соціальних мережах присвячені роботи Шеррі Теркл, у яких вона доводить, що сучасні технології та соціальні мережі створюють ілюзію спілкування, ізолюють людей від реального життя. Дослідження, що проведені Ніколасом Карром, говорять про те, що мережеве спілкування обмежує розумові можливості користувачів [2].

О. Воронкін у своїх роботах звертає увагу на те, що віртуальний світ розвиває байдужість до реального [3]. Як і будь-яке явище, віртуальне спілкування має свої позитивні і негативні сторони, які безпосередньо впливають на формування особистості користувача.

Проте залишається невизначеним питання систематизації сучасних технологій самопрезентації та самопересування особистості в соціальних мережах (self-взаємодії).

Мета статті – дослідити особливості технологій самопрезентації та самопросування особистості в соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу. Науковці, які аналізують процес виникнення та розвитку соціальних мереж і ті функції, які вони виконують у сучасному світі, дійшли висновку, що поширення і використання соціальних інтернет-мереж має соціальні наслідки, а саме: 1) зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя; 2) інтернет-залежність (як соціально-психологічне явище та як феномен масової культури); 3) поява нових видів девіантної поведінки у формі, наприклад, різних виявлень хакерства; 4) «глобалізація» життєвого простору людини (створення груп, які реально включають людей, що фізично проживають та перебувають у різних країнах); 5) фрагментація суспільства, створення великої кількості віртуальних груп за інтересами; 6) поява нових технологій у політичному житті, сфері дозвілля тощо; 7) формування кіберкультури / інтернет-культури як нового напряму розвитку суспільства, безпосередньо пов'язаного з появою, розвитком і проникненням у соціальне і культурне життя досягнень інформаційних технологій [4, с. 378].

До типових характеристик соціальних мереж можна також віднести:

– зберігання персональних даних анкет учасників та інформації про їхні зв'язки; можливість встановлювати зв'язки типу «друг», «читач», «колега» тощо;

– можливість розміщувати на сайті власне інформаційне наповнення (статі, коментарі), зокрема й мультимедійне (фотографії, музика, відеоролики);

– можливість обмінюватися миттєвими або майже миттєвими повідомленнями з іншими учасниками;

– можливість відстежувати активність (публікування інформації) інших користувачів і реагувати на неї голосуванням чи коментуванням;

– можливість індексувати інформаційне наповнення через

введення ключових слів, що спрощує систематизацію та пошук інформації;

− можливість створювати тематичні групи та відмічати свою приналежність до них;

− наявність рейтингів користувачів за різними параметрами, наприклад: популярність, активність, рейтинг відносин чи довіри з боку інших користувачів;

− наявність модераторів із числа учасників мережі (у тематичних блогах, групах);

− розширені функції, побудовані на зв'язках користувачів (наприклад, календар подій, зустрічей, днів народження друзів тощо);

− можливість створення мініпрограм на основі стандартизованої відкритої мови розробки для інтеграції у функціонал соціальної мережі;

− ігрова складова частина, спрямована на розширення кола контактів користувача [5, с. 245].

Деякі соціальні мережі орієнтовані на пошук знайомих людей і спілкування в інтернеті, інші – на об'єднання людей за інтересами та вподобаннями, треті є середовищем для бізнес-спілкування та ведення професійної комунікації.

Але плине час і актуалізуються нові функції соціальних мереж. Однією з важливіших функцій соціальних мереж є функція самоактуалізації. Протягом усього житті індивід намагається посісти чільне місце в колективі, виділитися та самореалізуватися завдяки розвитку власних здібностей, умінь та талантів. Соціальні мережі дають їхнім учасникам можливість самовираження і визнання своїх талантів незалежно від повсякденної діяльності цих індивідів та соціальних ролей, які вони відіграють у реальності. Самовираження в інтернеті шляхом завантаження власних відео-, фотоматеріалів, ведення блогів є простим та доступним способом бути почутим мільйонною аудиторією. Соціальні мережі стали своєрідним арт-простором для демонстрації власних думок, поглядів, умінь, навичок, хобі [6; 7].

За останні роки функціонал соціальних мереж розширився, тому до переліку основних функцій варто додати також «оцінну». Велику популярність у соціальних мережах має можливість «ставити лайки та дізлайки», тобто виражати свою оцінку щодо цифрового контенту.

Також доречним буде зазначити, що з розширенням контенту соціальних мереж, збільшенням їхніх учасників усе актуальнішою стає функція фільтрації, яка дозволяє учасникам забороняти доступ до своїх сторінок небажаним користувачам чи об'єднанням, сортувати інформацію, яку вони бажають отримувати чи переглядати.

Віртуальна самопрезентація людини відрізняється від реальної комунікації в соціальних мережах, дозволяє людині конструювати свою ідентичність за власним вибором. Тобто можна сказати, що співрозмовник у віртуальному середовищі може змінювати своє ім'я,

стать, соціальний статус, вік та професію, навіть фото. Індивід може ігнорувати правила спілкування, що існують у реальному світі, адже йому не потрібно, щоби поведінка відповідала вимогам його статі, віку тощо, він самостійно створює про себе враження за власним бажанням. Можна сказати, що людина одягає «маску», яка надає їй свободу презентації свого «Я». Ця маска дозволяє бути таким, яким бажаєш бути, і тим, ким хочеш бути.

Крім спілкування й обміну новинами, соціальні мережі дають чудову можливість заробляти. Вести комерційну діяльність на своєму акаунті можна на різних майданчиках, як-от Instagram, TikTok, YouTube, Facebook. Це штовхає сучасну студентську молодь на постійні пошуки в житті того, що можна викласти в інтернеті, що допоможе залучити підписників і збільшити їхню активність, зробити блог цікавим. А все це робить блог справжнім джерелом доходу.

Основною технологією, що дає змогу реалізовувати всі вищезазначені функції в соціальних мережах, виступає особистий акаунт, який може існувати у вигляді стандартної особистої сторінки, а також як блог, паблік (тематичні спільноти, відео- та фотовибірки), бізнес-акаунти (кафе і ресторани, туристичні бюро, виробництво, різні послуги) тощо. Наприклад лайфстайл-блоги, робота з таким типом акаунта і виведення його в «топ» досить енерговитратна і копітка. Вона вимагає дуже ґрунтовного і продуманого підходу. Найбільш популярною тематикою є блоги про подорожі; б'юті-блоги; огляди кінофільмів та серіалів; спортивна та фітнес-тематика; блог про відносини; кулінарний блог та багато іншого.

Основою блогів виступає фотоконтент, пости та сторіз. Під час створення «особистого бренду» потрібно використовувати технології, що забезпечують залученість аудиторії, її емпатію та готовність проявити активність (лайки, дізлайки, коментарі) та поширити надану інформацію, що, у свою чергу, збільшить «армію» підписників. Саме тому автори блогів так часто наприкінці поста ставлять запитання і цікавляться думкою підписників. Різноманітні конкурси так само підвищують охоплення акаунта. Не обов'язково дарувати щось велике і дороге. Наприклад, якщо блог про подорожі, то можна розіграти листівки з різних країн або невеличкі сувеніри, а підписників попросити лайкнути пост і відзначити одного друга в коментарях.

Один із найпростіших способів збільшити число підписників – використання поширених хештегів. Хештег – ключове слово або декілька слів повідомлення, тег (позначка), який використовується в мікроблогах і соціальних мережах, полегшує пошук повідомлень за темою або змістом і починається із символу решітки. В Україні, наприклад, найпопулярнішими тегами є #ukraine, #love, #instagood, #like4like, #followme.

Новою технологією самопросування за допомогою соціальних мереж виступають різноманітні колаборації з іншими блогерами. Це

можуть бути спільні історії, баттли і виклики у stories, відсилання до постів один одного. Таким чином відбувається обмін підписниками.

Соціальні мережі так само активно допомагають просувати не тільки свої блоги й онлайн-бізнес, але й оффлайн-бізнес, послуги та товари. Так, наприклад, найпоширеніші бізнес-профілі, які просувають дівчата, – це нейл-бар, візаж, оформлення вій і брів, пошив і продаж одягу, послуги стиліста, продаж кондитерських виробів. Хлопці частіше просувають профілі з надання послуг фітнес-тренера, барбершоп, перепродаж брендового одягу.

Просування таких бізнес-акаунтів практично нічим не відрізняється від просування особистого блога. Використання тематичних хештегів, геолокації, просування профілю в інших соціальних мережах.

Наприклад, усім відома платформа Instagram зроблена під візуальний контент, для успішного просування потрібно виробляти його постійно. Сама соцмережа у своїх курсах радить використовувати такі публікації, як: сама послуга або товар; репортажі «з-за лаштунків», виробничі процеси; підтвердження досвіду і кваліфікацій – фото нагород; відгуки клієнтів; заходи й акції.

Проте поширені й деструктивні технології, але вони також стають технологіями самопрезентації та самопросування. Серед таких варто назвати технології хайпу. Хайп (hype) – в перекладі з англійської означає нестандартний рекламний хід, іноді агресивний, здатний змінити ставлення споживача і привернути його увагу, утримувати протягом досить довгого часу. Хайп – це галас або раптова популярність, яку повсюдно обговорюють, як в інтернеті, так і в оффлайні. Останнім часом дуже популярною розвагою стало навмисне створення скандалу, фіксація його наслідків на фото і відео. Адже потім можна викласти матеріали в соцмережі, зробити скандал публічним. Такі публікації набирають численні перегляди, лайки, коментарі та збільшують число підписників у блозі.

Ще однією з актуальних технологій деструкції стає кібербулінг. Кібербулінг – це один із різновидів булінгу (цькування), що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням сучасних електронних технологій: інтернету, соціальних мереж. Відмінності кібербулінгу від булінгу зумовлюються особливостями інтернет-середовища: анонімністю, можливістю підмінити ідентичність, охоплювати велику аудиторію водночас (особливо дієво для поширення пліток), здатність тероризувати та тримати в напрузі жертву будь-де і будь-коли.

Висновки і пропозиції. У процесі дослідження особливостей функціонування сучасних соціальних мереж установлюємо, що актуалізуються технології самопрезентації та самопросування особистості. Передумовою вибухового прояву таких технологій стала передусім світова пандемія, яка перенесла більшість соціальних інтереакцій у віртуальний простір.

Серед класичних уже функцій соціальних мереж найпоширенішими виступають зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя; «глобалізація» життєвого простору людини (створення груп, які реально включають людей, що фізично проживають та перебувають у різних країнах); зберігання персональних даних анкет учасників та інформації про їхні зв'язки; можливість встановлювати зв'язки типу «друг», «читач», «колега» тощо. Натепер одними з важливіших функцій соціальних мереж стають функції самоактуалізації, «оцінювання» та фільтрування.

Основною технологією, що дає змогу реалізовувати всі вищезазначені функції в соціальних мережах, виступає особистий акаунт, який розвивається за допомогою фотоконтенту, постів і сторіз. Для просування «власного бренду» використовуються лайки, дізлайки, коментарі, хештеги, проведення конкурсів та здійснення діалогу з «армією» підписників. Новою технологією самопросування за допомогою соціальних мереж виступають різноманітні колаборації. Соціальні мережі так само активно допомагають просувати не тільки свої блоги й онлайн-бізнес, але й оффлайн-бізнес, послуги та товари. Наявні й деструктивні технології, але вони також стають технологіями самопрезентації та самопросування – це технології хайпу та кібербулінгу.

Список використаної літератури

1. Гусева Е. Контент как основной инструмент онлайн-коммуникации с потребителем. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-kak-osnovnoy-instrument-onlayn-kommunikatsii-s-potrebitelem.

2. Івашньова С. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія «Психолого-педагогічні науки».* 2012. № 2. С. 15–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzspp_2012_2_5.

3. Воронкин А. Социальные сети: эволюция, структура и анализ. Образовательные технологии и общество. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz.

4. Hogan B. The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society.* P. 377–386.

5. Kumar V. Social Media in Higher Education: A Framework for Continuous Engagement. *International Journal of Information and Communication Technology Education.*

6. Nadkarni A. Why Do People Use Facebook? Author manuscript. 2011. P. 243–249.

7. Nicole B., Ellison C. The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication.*

8. Qualman E. Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. *Journal of comparative research in anthropology and sociology*. P. 225–228.

Biryukova M. V. Self-promotion technologies in social networks

The article presents the author's reflections on the systematization of sociological discourse on modern technologies of self-presentation and self-promotion of the individual in social networks. The precondition for the explosive manifestation of such technologies was, first of all, the global pandemic, which transferred most of the social interactions to cyberspace. The article continues a series of articles on modern technologies of digitalization with the help of virtual space using mobile messengers and social networks. The paper analyzes the peculiarities of the spread of self-presentation technologies in social networks in the period of global transformation, and especially in the period of the global pandemic. It is determined that in the recent past the important functions of social communications and social management were the dominant technologies of subject-object interaction, then they were replaced by partner technologies of subject-subject interaction, and today the technologies of self-promotion are updated both at the organizational level and personal. The article states that the classic functions of social networks, among which the most common are the merging, interweaving of real and virtual social life; "Globalization" of human living space (creation of groups that actually include people who physically live and stay in different countries; storage of personal data of participants' questionnaires and information about their connections; the ability to establish connections such as "friend", "reader", "Colleague", etc. Today, one of the most important functions of social networks is the self-actualizing, "evaluating" and filtering function. It is determined that the main technology that allows you to implement all the above functions in social networks, is a personal account, which is developed through photo content, posts and stories. Likes, dislikes, comments, hashtags, competitions and dialogue with the "army" of subscribers are used to promote "own brand". Various collaborations are a new technology of self-promotion with the help of social networks. Social networks are also actively helping to promote not only their blogs and online business, but also offline business, services and products. Meanwhile, there are destructive technologies, but they are also becoming technologies of self-presentation and self-promotion – these are the technologies of hype and cyberbullying.

Key words: *technologies, social networks, self-presentation, self-promotion, virtual space.*

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Збірник наукових праць

ВИПУСК 89

Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: Ю. В. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Підписано до друку 02.04.2021 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 16,97. Наклад 300. Замовлення № 0621/217.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
69002, м. Запоріжжя, вул. Олександрівська 84, оф. 414
Телефон +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб’єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.