



ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА



**ДНІПРОПЕТРОВСЬКЕ ОБЛАСНЕ ВІДДІЛЕННЯ
СОЦІОЛОГІЧНОЇ АСОЦІАЦІЇ УКРАЇНИ**

ПРИДНІПРОВСЬКІ СОЦІОЛОГІЧНІ ЧИТАННЯ

**Матеріали регіональної науково-практичної конференції
(м. Дніпро, 30 вересня 2016 року)**

**Дніпро
2016**

Міністерство освіти і науки України
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Соціологічна асоціація України
Дніпропетровське обласне відділення

**Придніпровські соціологічні читання
Матеріали регіональної науково-практичної конференції
(м. Дніпро, 30 вересня 2016 року)**

Дніпро
Видавництво «Грані»
2016

УДК 316(082)
ББК 60.5я43
П 75

П 75 Придніпровські соціологічні читання: Матеріали Регіональної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 30 вересня 2016 р.) / відп. за випуск, професор В.В. Кривошеїн. – Д.: Видавництво «Грані», 2016. – 114 с.

Подані матеріали (тези доповідей, статті) Регіональної науково-практичної конференції «Придніпровські соціологічні читання», яка відбулася 30 вересня 2016 р. у Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для всіх, хто цікавиться актуальними проблемами соціологічної науки.

УДК 316(082)
ББК 60.5я43

ISBN 978-617-7351-13-8

© Дніпропетровський національний
університет імені Олеся Гончара, 2016
© Видавництво «Грані», 2016

**Вітальне слово
проректора Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара (м. Дніпро),
доктора історичних наук, професора Іваненка В.В.**

Шановні учасники регіональної науково-практичної конференції «Придніпровські соціологічні читання»!

Дозвольте привітати вас у стінах Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, який впевнено крокує до 100-ліття від часу свого заснування. Не випадково, мабуть, що саме наш університет ініціював в числі багатьох інших заходів такого роду й проведення цього форуму вчених-соціологів, оскільки він є визнаним лідером вищої освіти і науки в регіоні, у т.ч. й соціологічної. Як засвідчує програма, на обговорення учасників конференції винесено широкий спектр актуальних проблем соціологічної науки, починаючи від питань соціального порядку і безпеки в суспільстві ризику, соціальної девіації, релігійних і міжконфесійних відносин, формування урбаністичної культури, культурного різноманіття і міжкультурної комунікації й закінчуючи визначенням стратегій цивілізаційного поступу, соціокультурних модусів розвитку сучасного суспільства крізь призму його найбільш вартісних ціннісних пріоритетів, що дасть змогу оцінити сучасний стан і бодай контурно накреслити перспективи розвитку соціологічної науки на початку третього тисячоліття.

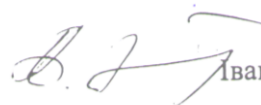
Сподіваюсь, наш університет стане фаховим дискусійним майданчиком учених-соціологів, причому не лише Придніпровського регіону, але й інших центрів цієї науки в Україні. Досить сказати, що виявили бажання взяти участь у конференції представники соціологічних шкіл Києва і Харкова.

Плануємо зробити наші читання традиційними і проводити їх щорічно напередодні Дня соціолога, який відзначається в Україні 1 жовтня. Така періодичність дозволить оперативно реагувати на запити сьогодення й коригувати вектори своїх дій щодо осмислення найзлогороденіших питань нашого суспільного життя. Науково-практичний же характер конференції уможливить не тільки ставити, а й надавати конкретні відповіді та рекомендації щодо адекватної реакції на численні суспільні виклики в сучасній Україні. Впевнений, що використання наукових досягнень в царині соціологічних досліджень буде певною мірою сприяти зниженню соціальної напруженості в суспільстві, блокуванню окремих ризикових ситуацій, оптимізації соціальних систем та вдосконалення управлінських зусиль.

Тож бажаю вам плідної роботи, цікавих дискусій, нових перспективних ідей, наснаги і здобутків на професійній ниві.

Дякую за увагу.

З щирими побажаннями

 Іваненко В.В.

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

В.В. Іваненко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
ДНУ – флагман соціологічної освіти в Придніпровському регіоні

Протиріччя сучасного соціального життя, пошук механізмів регулювання і управління суспільними процесами ставлять серйозні задачі перед всією системою наук про суспільство і соціологією особливо. Головна функція соціологічної освіти полягає у формуванні соціального мислення, розуміння соціальних проблем, джерел їх виникнення і можливих шляхів вирішення. Соціологічна освіченість, уміння мислити соціально, адекватно сприймати, осмислювати і тлумачити соціальні процеси та явища потрібні кожній людині.

У сучасних умовах соціологія виступає в якості загальної теорії соціальної інтеграції, формуючи концептуальну базу для реалізації міждисциплінарного підходу до вирішення загальних проблем, а також пошуку перспективних стратегій людського співіснування. Науковий та практичний потенціал соціології все частіше проявляється у вивченні і корегуванні суспільних процесів. У цьому зв'язку інтерес до проблем, можливостей і завдань соціологічного пізнання, стану і стимулів розвитку соціологічної науки в Україні є актуальним. Теоретичні і емпіричні дослідження складних процесів функціонування і розвитку соціальних систем лежать в основі професійної підготовки майбутніх фахівців в галузі соціології, що здійснюється науковою соціологічною школою Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара. Тим більше, що емпіричні дослідження є однією з форм вивчення дійсності на початковому етапі пізнавального процесу. Проведення соціологічного дослідження є своєрідним мистецтвом і вимагає від соціолога володіння специфічними соціологічними знаннями та навичками, постійного набуття професійного досвіду та певних морально-психологічних якостей.

Поява соціологічної освіти в Україні обумовлена об'єктивною суспільною необхідністю. Суттєві зміни в економіці, політиці, соціальній сфері, що відбулися в українському суспільстві, вимагали підготовки високоосвічених фахівців, які б вміли визначати пріоритетні проблеми соціального розвитку України та її регіонів; розуміти закономірності функціонування, розвитку і взаємодії соціальних спільнот різного типу, аналізувати та обґрунтовувати рекомендації, спрямовані на вирішення актуальних проблеми суспільного життя, тощо. Загострення економічних, соціальних, демографічних та інших проблем, суперечності у становленні нового способу життя, активізація процесів диференціації та розшарування населення вимагають від соціологів поглиблення професійного інтересу до процесів та явищ, які притаманні окремим сферам соціального буття українського суспільства і обумовлюють необхідність удосконалювати фахову підготовку соціологів у напрямку галузевих соціологічних теорій.

Соціологічна освіта і наука у Дніпропетровському (Катеринославському)

університеті була започаткована з моменту заснування навчального закладу. У першому навчальному році (1918/19) на юридичному факультеті здійснювалося викладання соціології – лекційний курс був розроблений доцентом С.І. Гальперіним. Для майбутніх юристів важливість соціологічної освіти не ставилася під сумнів. Були навіть наміри відкриття кафедри соціології, проте через відсутність професора із соціології цим планам не судилося [1, с. 44].

У книзі «Історія Дніпропетровського національного університету» наведений цікавий факт: серед викладачів юридичного факультету був і магістрант Петроградського університету Георгій (Жорж) Давидович Гурвич [1, с. 54], майбутній професор соціології в Університеті Парижа, центральна фігура французької соціології після Другої світової війни. Видатний соціолог ХХ ст. Пітірім Олександрович Сорокін високо оцінював Г.Д. Гурвича, а М.°Раєв писав, що інтереси Г.Д. Гурвича «охоплювали сферу права, соціології, філософії та історії історичної науки», він «зробив важливий внесок у ці сфери», «став загальним надбанням західної науки» [2, с. 143].

У радянські часи з клеймом «буржуазна лженаука» соціологія перебувала під забороною і лише прагнення до активної співпраці вчених-суспільствознавців СРСР з ЮНЕСКО та іншими міжнародними науковими установами поступово реабілітувала соціологічну науку. Важливе значення для розвитку соціології мало рішення про створення Радянської соціологічної асоціації (1958 р.) та Інституту соціологічних досліджень АН СРСР (1968 р.).

Проблеми використання результатів соціологічних досліджень у науковій і практичній діяльності знаходилися також у центрі уваги громадськості Дніпропетровської області. Одне із перших соціологічних досліджень у м.°Дніпропетровськ було проведено в 1965-1968 рр. на металургійному заводі ім.°Г.І. Петровського, дротово-цвяховому заводі «Червоний Профінтерн», Дніпропетровському комбайновому заводі ім. К.Є. Ворошилова. Дослідження були присвячені вивченню бюджету часу й умов життя трудящих цих підприємств [3, с. 95-96; 4, с. 76].

У руслі цих тенденцій у січні 1966 р. у Дніпропетровському державному університеті при кафедрі філософії була створена науково-дослідна група конкретних соціологічних досліджень, яку очолив Є.І. Суїменко. Згодом науково-дослідна група конкретних соціологічних досліджень трансформувалася в навчально-методичну лабораторію з соціології при кафедрі соціології, яка забезпечує практичну підготовку студентів-соціологів, надає методичну допомогу студентам під час теоретичного навчання, виконання індивідуальних завдань самостійної роботи, підготовки наукових робіт студентами та аспірантами.

Фахівці-суспільствознавці Дніпропетровського державного університету брали активну участь у суспільному житті м. Дніпропетровськ. У створеному в 1968°р. Суспільному інституті соціологічних досліджень в роботі тих чи інших секцій брали найактивнішу участь місцеві соціологи В.Г. Городяненко, Ю.П. Сурмін, В.А. Полторака, А.В. Решетніченко, Л.І. Швидка, Ф.А. Ярмиш та ін., наукова доля яких пов'язана з нашим університетом.

У 1970-х рр. у ДДУ була відкрита аспірантура за спеціальністю «Прикладна соціологія» [1, с. 167]. У подальшому були відкриті нові спеціальності – «Соціологія культури, освіти, науки», «Теорія та історія соціології», «Соціологія управління», «Спеціальні та галузеві соціології». У період з 1993 по квітень 2016 рр. випускниками та здобувачами Дніпропетровського університету було захищено одну докторську і 26 кандидатських дисертацій із соціологічних наук. У другій половині 1980-х – початку 1990-х рр. складне й суперечливе суспільно-політичне життя в країні вимагало внесення також і інших вагомих коректив у роботу вищої школи. Дніпропетровський державний університет у числі перших ВНЗ СРСР порушив питання про гуманізацію та гуманітаризацію освіти.

Для забезпечення підготовки соціологів у Дніпропетровському державному університеті на виконання рішення Вченої ради університету від 11^о квітня 1991 р. (протокол № 8) за наказом від 29 квітня 1991 р. № 567 на історичному факультеті було утворено кафедру соціології. У квітні 2016 р. в ДНУ урочисто відсвяткували 25-річний ювілей цього навчального підрозділу (див.: [5]).

Діяльність кафедри соціології ДДУ розпочалася в нелегкі часи – бракувало методичного і дидактичного забезпечення підготовки соціологів, потрібно було озброїти нове покоління соціологів сучасним інструментарієм професійної роботи. З метою підвищення ефективності навчальних методик і обміном досвідом у цій царині в грудні 1993 р. на базі кафедри соціології у Дніпропетровського державного університету відбулося засідання Управління методичного забезпечення з соціології Євразійських університетів. До Дніпропетровську з'їхалися представники провідних соціологічних центрів країн СНД для вирішення насущних проблем соціологічної освіти і науки.

Кафедра соціології у рамках співпраці з Міжнародним фондом «Відродження» у 2001-2003 рр. брала участь у виконанні мегапроекту «Вища освіта: лідерство заради прогресу». Його метою проголошувалася підтримка системних зрушень у сфері викладання й вивчення суспільно-гуманітарних дисциплін у вищих навчальних закладах України.

З 2001 рр. на кафедрі соціології було підготовлено і видано цілу низку навчальних видань – підручників, навчальних посібників, хрестоматій. Велика робота була зроблена соціологами Дніпропетровського університету при підготовці та виданні першої в Україні інформаційно-довідкового видання «Соціологічна енциклопедія» (2008), підручників та навчальних посібників, по яких здобувають соціологічні знання в різних освітніх закладах країни: Суспільствознавство: Людина. Суспільство. Світ (2004); Загальна соціологія: Хрестоматія (2005); Соціологія ХІХ – початку ХХ ст.: Хрестоматія (2007); Соціологія: підручник (2008); Зарубіжна соціологія (ХХ – початок ХХІ ст.): Хрестоматія. Тексти (2009); Економічна соціологія: Хрестоматія (2014) та ін.

Кафедра соціології ДНУ веде плідну науково-дослідницьку роботу. На замовлення ректорату кафедрою проводяться численні емпіричні соціологічні дослідження: «Якість життя студентів ДНУ»; «Адаптація студентів-першокурсників ДНУ ім. О. Гончара до навчального процесу», «Мотиви вступу до ДНУ», «Якість

надання освітніх послуг в ДНУ» та ін. Активізувалася робота з виконання госпрозрахункових проектів. Так, за замовленням Дніпропетровської міської ради у 2014 р. кафедра соціології виконувала дві НДР. У грудні 2015 р. у рамках діяльності Регіонального центру соціально-гуманітарних досліджень, експертиз і консультацій ДНУ був укладений контракт з Управлінням Верховного комісара Організації Об'єднаних Націй у справах біженців на виконання пілотного дослідження на тему «Оцінка тимчасово переміщеними особами, що проживають у Дніпропетровській області, власного становища, ефективності заходів із захисту своїх прав з боку держави та недержавних організацій та установ».

Таким чином, у Придніпровському регіоні визнаним центром соціологічної освіти і науки є Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, який має давні традиції в соціально-гуманітарній сфері та величезний потенціал розвитку суспільних наук. Колектив науковців-соціологів упевнено крокує в напрямку зміцнення позицій університету в професійному співтоваристві не лише в Придніпровському регіоні, але і на загальнонаціональному рівні.

Література:

1. Історія Дніпропетровського національного університету / Гол. редкол.: проф. М.В. Поляков. – 4-те вид., переробл. і доповн. – Д.: Вид-во ДНУ, 2008. – 308 с.
2. Дойков Ю.В. Георгий Гуревич – социолог-эмигрант первой волны / Ю.В. Дойков // Социол. исслед. – 1996. – № 2. – С. 142-148.
3. Городяненко В. История становления и современные тенденции развития социологии в Днепропетровском регионе / В. Городяненко // Український соціологічний журнал. – 2011. – № 1-2. – С. 95-103.
4. Городяненко В.Г. Социологическое образование в Днепропетровском регионе: становление и тенденции развития / В.Г. Городяненко // Грані. – 2012. – № 1. – С. 76-78.
5. Кафедра соціології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара: історія і сьогодення / відп. за вип., проф. В.В. Кривошеїн. – Д.: Вид-во «Грані», 2016. – 64 с.

К.Ю. Богомаз, О.М. Шеломовська

Дніпродзержинський державний технічний університет (м. Кам'янське)

Структурні елементи соціальної комунікації в управлінні

У сучасних трансформаційних умовах соціальна комунікація стає необхідним регулюючим механізмом у взаєминах влади і суспільства, впливаючи на стабільність і ефективність функціонування всієї соціальної системи. В системі управління соціальна комунікація покликана сприяти координації та інтеграції зусиль різних соціальних груп для формування такої політики, яка б враховувала інтереси всіх елементів суспільної системи, сприяла виробленню і прийняттю узгоджених управлінських рішень. Комунікаційні процеси у цьому випадку виступають як найважливіший спосіб формування і самопрезентації відносин органів влади і населення, умова і одночасно джерело репродукування даної форми соціального життя.

Загалом, уся управлінська діяльність у широкому сенсі являє собою обмін інформацією. Завдяки соціальній комунікації стає можливим досягнення цілей управлінських процесів і ефективне функціонування будь-якого соціального ор-

ганізму. Вона є способом формування не тільки діяльності, але і корпоративної культури, цінностей і стратегій, комунікативного потенціалу окремих співробітників і організації в цілому. Доведено, що ефективність роботи кожного співробітника залежить насамперед від ефективності його комунікацій і ділового спілкування. Соціологічні опитування показують, що 85% японських, 73% американських, 63% англійських керівників вважають комунікації перешкодою на шляху досягнення ефективності діяльності їх організацій [6, с. 27]. Отже, комунікації є основою життєзабезпечення будь-якої організації та найважливішою складовою ефективного управління.

Сьогодні спостерігається процес активного збільшення ролі комунікацій в діяльності організацій. Об'єктивність цього процесу детермінується такими причинами, як зміщення уваги зі старих факторів виробництва (праця, земля, капітал) на нові (компетенція, споживання, знання). Знання стають основним джерелом конкурентоздатності будь-якого соціального індивіда, а інтелектуальний капітал (інформація, досвід, знання) – головним активом компанії, вартість якого може у декілька разів перевищувати матеріальні активи.

Результати досліджень свідчать, що у всьому світі відбувається зростання значимості комунікацій у бізнесі, відбувається подальше посилення ролі соціальних медіа, зростання актуальності внутрішніх комунікацій. Найбільш важливими напрямками у сфері комунікаційного управління стають у порядку зниження значимості: 1) корпоративні комунікації (інститути і організації), 2) внутрішні комунікації та управління змінами, 3) маркетинг, брендові і клієнтські комунікації, 4) корпоративна соціальна відповідальність і стійкість, 5) кризові комунікації. Найважливішими каналами та інструментами комунікації є он-лайн комунікація, он-лайн ЗМІ, соціальні медіа, міжособистісне спілкування і друковані ЗМІ [3].

З управлінської точки зору, соціальна комунікація – це змістовний аспект соціальної взаємодії, акт або процес взаємодії між двома чи більше соціальними об'єктами шляхом безпосереднього спілкування й обміну інформацією з використанням відповідних заходів; соціально зумовлений процес передачі та сприйняття інформації в умовах міжособистісного та масового спілкування за допомогою різних каналів і комунікативних засобів [1]. Безпосередньо соціальна комунікація може бути представлена як функція управління з передачі розпоряджень і пояснення процедур і операцій, що здійснюються (управлінський підхід); система взаємодіючих елементів, які забезпечують функціонування організації (системний підхід); спосіб вираження організаційної культури (культурологічний підхід); фактор розвитку людського потенціалу (гуманістичний підхід).

При аналізі комунікаційних процесів в системі управління необхідно наголосити на двох методологічних принципах, що лежать в основі взаємин між органами управління і окремими особистостями, групами, спільнотами, на яких спрямоване управління. Перший підхід базується на методології суб'єкт-об'єктних відносин. Він передбачає жорсткий контроль керуючих над керованими і виключає всі непотрібні взаємозв'язки. Комунікація являє собою замкнуту цілісну систему, яка функціонує за власними законами. Комунікативний простір в даному випадку

будується за принципом одностороннього впливу: від владних структур до об'єкта управління.

Зважаючи на це, все більше дослідників говорять про рівновагу і взаємодію учасників владних (управлінських) відносин. Взаємодія відбувається за схемою «від суб'єкта – до суб'єкта» і характеризується прагненням учасників управлінського процесу враховувати інтереси і потреби один одного. Важливим етапом у вивченні комунікації як суб'єкт-суб'єктних відносин стало відкриття зворотного зв'язку. Система працює ефективно, коли вона отримує інформацію про стан цієї системи і на її основі модернізує свої керуючі сигнали. Відповідно процес соціальної комунікації не є виключно одностороннім, тобто впливу піддається не тільки аудиторія, а й джерело повідомлення за рахунок зворотного впливу аудиторії. Саме ця ідея є центральною в контексті суб'єкт-суб'єктної методології, на засадах якої і здійснюється наше дослідження.

Метою соціальної комунікації є спонукання отримувача повідомлення до здійснення бажаної для відправника повідомлення дії або відмови від здійснення «небажаної» дії. Саме тому критерієм успішності соціальної комунікації є фактична поведінка отримувачів повідомлення. Інформаційний зміст соціальної комунікації в управлінні складає сукупність двох видів інформації: оперативної, тобто тієї, що циркулює в процесі діяльності, і структурної, яка відбиває найбільш стійкі зв'язки всередині і між соціальними групами та фіксує положення цих груп. Зміст управлінської комунікації передається від одного елемента комунікаційного процесу до іншого, трансформуючись відповідним чином, забезпечуючи ефективність соціокомунікативних практик.

Налагодження процесу ефективної соціальної комунікації в управлінському процесі неможливо забезпечити без усвідомлення про структуру комунікаційного акту. У сучасному науковому дискурсі існує чимало моделей і концепцій соціальної комунікації, кожна з яких розширює кількість учасників і елементів комунікаційного процесу. Зокрема мова йде про моделі Аристотеля, Г. Ласуела, К. Шенона і У. Уівера, У. Шрама і Ч. Осгуда, Б. Морозова, П. Лазарсфельда і Б. Берельсона, Е. Ноель-Нойман, Т. Ньюкомба, М. де Флера, Л. Бейкера, Е. Роджерса, Ф. Деніса, Ю. Лотмана, У. Еко, Р. Якобсона та ін. Кожна з цих моделей займає гідне місце у науці, оскільки комунікаційний процес не є константою, а навпаки – постійно змінює свою конфігурацію: змінюється кількість учасників, їх цілей у процесі спілкування, канали, засоби і стратегії передачі інформації тощо.

На нашу думку, для ілюстрації структури саме управлінської комунікації особливу увагу доцільно приділити концепції Дж. Гербнера. Вчений характеризує управлінські соціальні комунікації як структурну складову реалізації державної політики і представляє їх у вигляді формули: той (1), хто сприймає певну подію (2) – і реагує (3) на ситуацію (4) – шляхом використання певних засобів (5), – щоб зробити доступним матеріал (6), – у тій чи іншій формі (7) – та обставинах (8) – які передають зміст (9) – з певними наслідками (10). Модель характеризує гнучкість комунікативних форм, до яких можуть вдаватись органи управління відповідно до певної комунікативної ситуації – від сприйняття повідомлень та викорис-

тання комунікативних засобів на їх реагування. Отже, управлінські соціальні комунікації являють собою послідовний процес сприйняття події – створення повідомлення – сприйняття повідомлення [7, с. 178].

Структура комунікаційних процесів у сфері управлінської діяльності залежно від засобів передачі інформації, що використовуються, розроблялася також канадським дослідником Дж.Томсоном. Науковець зазначав, що рівнями соціальної комунікації є: семантичний, який розкриває залежність процесів передачі інформації та виникнення комунікації між суб'єктами залежно від вживаних знаково-мовних форм; технічний, який охоплює технічні засоби реалізації інформаційно-комунікативних процесів для поширення інформації у формі мовних (брифінгів, інтерв'ю), паперових (бюлетені, публікації у газетах та журналах), візуальних та електронних повідомлень; інфлуентальний – забезпечує ступінь впливу інформації на людську свідомість і визначає джерела, передумови і фактори ефективності ідей та уявлень про систему управління [5, с. 435].

Наведена структура соціальної комунікації в управлінні дозволяє встановити основні етапи комунікації в процесі управління. Оскільки соціальні комунікації в управлінні є частиною загальної системи соціальної комунікації, то і етапи комунікації в управлінні будуть багато в чому дублювати етапи загального комунікаційного процесу. Однак, суттєвим уточненням є те, що роль суб'єктів комунікації виконують індивіди, зважаючи на власні посадові обов'язки і повноваження. Офіційна управлінська комунікація передбачає спілкування керівників з підлеглими і підлеглих з керівниками (вертикальні комунікації), співробітників зі співробітниками, керівників з керівниками (горизонтальні комунікації). Відповідно, соціальні комунікації в управлінні здійснюються за наступними етапами:

- 1) поява певної ідеї, концепції майбутнього повідомлення та її уточнення відправником повідомлення;
- 2) набуття повідомленням інформаційних характеристик;
- 3) формалізація повідомлення;
- 4) кодування повідомлення;
- 5) визначення каналу передачі повідомлення;
- 6) передавання повідомлення відправником;
- 7) перевірка проходження повідомлення;
- 8) декодування повідомлення;
- 9) імплементація повідомлення;
- 10) реалізація відповідних управлінських рішень [2].

Велику роль у соціокомунікативному процесі в управлінні відіграє саме останній етап – реалізація відповідних управлінських рішень. Управлінські рішення є центральним моментом управлінської діяльності в будь-якій сфері суспільного та державного життя, запорукою і гарантом ефективного управління. Водночас, вони виступають найоб'єктивнішою оцінкою діяльності управлінця, адже в залежності від рівня управління (організаційний, місцевий, галузевий або територіальний, національний та ін.) наслідки цих рішень відчують на собі окремі працівники, а подекуди й суспільство в цілому.

Стосовно сучасного соціуму визнається актуальною і перспективною модель аналізу комунікаційних мереж, що описує відносини між елементами процесу комунікації на рівні індивідуальної взаємодії в малих групах. В основу мережевої моделі покладені дослідження А. Бавеласа, Г. Лівітта, М. Шоу, в ході яких були виявлені два універсальних типи комунікаційних мереж: радикальні і взаємозалежні. Якщо першому типу притаманні такі властивості як відкритість, великі потоки інформації, нестійкість, то другому – замкнутість комунікаційного контуру, обмеженість інформації, сталість взаємодії. Оптимальна взаємодія радикальних і взаємозалежних комунікаційних мереж – це багато в чому питання підвищення ефективності комунікації та управління [4, с. 185].

Комунікаційні мережі можуть мати різні конфігурації, а також визначати комунікаційні ролі і виконувати відповідні функції. За своїм призначенням в діяльності організації комунікаційні мережі поділяться на наступні: «мережу влади», «мережу обміну інформацією», «мережу завдання-експертиза». Завдання суб'єкта управління – відстежувати і аналізувати ці характеристики мереж, виявляти приховані комунікаційні зв'язки, які виникають спонтанно і можуть вплинути на діяльність організації, інакше можуть виникнути проблеми комунікацій на структурному і міжособистісному рівнях. Проблеми структурних комунікацій, пов'язані з бар'єрами, що виникають в процесі передачі інформації, до яких належать втрата і спотворення інформації при проходженні через велику кількість рівнів управління, відсутність стійких комунікаційних зв'язків між окремими підрозділами, інформаційні перевантаження, недоліки організаційної структури, висока ступінь просторової диференціації. Міжособистісні проблеми пов'язані з поведінковими аспектами діяльності організації – психологічні відмінності у сприйнятті інформації, семантичними і невербальними перепонами, а також труднощами, викликаними зворотним зв'язком. Якщо порушуються інформаційні потоки всередині організації і у зв'язку із зовнішнім світом, саме існування цієї організації під загрозою. Однієї інформації недостатньо. Тільки коли вона відповідним чином перетворюється і обробляється, тобто коли налагоджений ефективний процес комунікації, забезпечуються існування і ефективна діяльність організації.

Література:

1. Кіслов Д.В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання / Д.В. Кіслов // Держ. управл.: удосконалення та розвиток. – 2013. – № 3. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_3_5.
2. Панасюк В.М. Використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах: суть та напрями / В.М. Панасюк // Економ. науки. – 2011. – Вип. 8 (29), ч. 4. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/En_oif/2011_8_4/1.pdf.
3. Стратегические коммуникации и связи с общественностью. Результаты исследования. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/mr/media/pr.htm>.
4. Стриганкова Е.Ю. Коммуникация в практиках социального управления / Е.Ю. Стриганкова // Грамота. – 2011. – № 8 (14). – С. 184-189.
5. Lasswell H. Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide / H. Lasswell. – Princeton: Princeton University Press, 2006.
6. Mertensson M. A critical review of knowledge management as a management tool / M. Mertensson // Journal of Knowledge Management. – 2000. – Vol. 4, № 3. – P. 27-39.

7. Pye L. Political Communication / L. Pye // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford. – New York, 2007. – P. 442.

В.Г. Городяненко

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (г. Днепр)

Виды социальной деструктивности на современном этапе

Для Украины при отсутствии объединяющей идеологии и ценностных доминант, проблема социальной деструктивности наиболее актуальна, так как необходима выработка стратегий, сдерживающих и трансформирующих разрушительные тенденции, провоцирующие общество к проявлениям деструкции.

В современном обществе деструктивная деятельность в большей степени направлена вовне и ставит своей целью разрушение определенных общественных отношений, социальных институтов. Одним из важнейших средств деструкции существующего социального порядка являются так называемые «цветные революции». Целенаправленным методом деструкции существующего социального порядка является война. Следует отметить, что в настоящее время война ведется не только традиционными методами, но и с применением различных форм информационно-психологической борьбы, в частности, с применением консциентального оружия.

Существенным деструктивным потенциалом обладает и такое негативное явление, как коррупция. Под коррупцией обычно понимается деятельность в сфере политики или государственного управления, заключающаяся в использовании должностными лицами доверенных им прав и властных возможностей в целях личного обогащения. Наиболее типичными проявлениями коррупции являются подкуп чиновников и общественно – политических деятелей, взяточничество за законное и незаконное предоставление благ и преимуществ, протекционизм и др. Коррупционированность государственной бюрократии создает ситуацию, когда при резком росте экономической и прочей преступности власть не в состоянии обеспечить неотвратимость юридической ответственности за совершенные преступления. Исследователи феномена коррупции исходят из того, что это сложное социальное, экономическое, политическое и правовое явление. Коррупция подрывает авторитет ценностей государственности, стабильности общества, демократических стратегий, деформирует понимание правопорядка и, в конечном счете, выполняет деструктивную, разрушительную роль в обществе. Кроме того, коррупция ведет к деградации духовных, моральных, общественных ценностей, усложняет международные отношения, затрудняет участие в процессах международного общения и торговли, способствует росту имущественного неравенства и бедности.

Широко применяемым средством деструкции существующего социального порядка сегодня является терроризм.

Значительное влияние на специфику деструктивной деятельности в современном обществе, оказывает глобализация. Глобализация направлена на всемир-

ное размывание границ, эррозию государств и захват внешних рынков.

Таким образом, рассмотренная проблема определяется необходимостью концептуального исследования феномена социальной деструктивности. Первичные результаты исследования позволяют обратиться к построению комплексного подхода к исследуемому феномену и его конкретным проявлениям. Практическая потребность изучения проблемы заключается в более глубоком понимании механизмов разрушения существующего общественного порядка, анализе социальных последствий деструктивной деятельности человека. Социологическое исследование данной темы, выявление оснований социальной деструктивности в рамках современной цивилизации, анализ и систематизация различных подходов относительно проблемы деструктивности применительно к историческому многообразию типов культур позволит выработать социокультурные механизмы, способствующие поддержанию дальнейшего устойчивого развития общества.

В.В. Кривошеїн

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Україна як суспільство ризику: на пошану Ульріха Бека (1944-2015)

Модернізаційні процеси, що відбуваються зараз в Україні, сприяють трансформації пострадянського соціуму в сучасне суспільство з розвиненими громадянськими інститутами. Для позначення такого типу суспільства на Заході з легкої руки Ульріха Бека застосовується концепт «суспільство ризику».

Суспільство ризику – це модерністська концепція сучасного суспільства, в основі якого знаходяться ризики, породжені науково-технічним прогресом, модернізацією і глобалізацією. Фундатор теорії суспільства ризику У. Бек вважав, що сучасний світ поки ще не перетнув межі Модерну, він із класичної, індустріальної стадії розвинувся у стадію суспільства ризику, зберігаючи при цьому багато рис попереднього розвитку. В основі теорії У. Бека лежить постмодерністська інтерпретація розвитку суспільства. Він, по суті, піддає ревізії нормативну модель сучасного суспільства. Якщо нормативним ідеалом минулих епох була рівність, то нормативний ідеал суспільства ризику – безпека. Соціальний проект суспільства набуває чітко негативного і захисного характеру: не досягнення «гарного», як це було раніше, а запобігання «найгіршого». Іншими словами, система цінностей «нерівноправного суспільства» заміщається системою цінностей «небезпечного суспільства», а орієнтація на задоволення нових потреб – орієнтацією на їхнє самообмеження [1, с. 49].

Для сучасного суспільства – суспільства ризику – притаманне розширене виробництво ризиків. Суспільство ризику формується тоді, коли ризики, що виробляються індустріальним суспільством, починають виходити з-під контролю соціальних інститутів, які забезпечують безпеку цього суспільства, і виробництво ризиків починає домінувати над виробництвом благ. На думку У. Бека, одни спільноти, соціальні групи або країни отримують прибутки від виробництва ризиків, інші – піддаються впливу і «споживають» ризики. Проте існує «ефект бумеранга»,

згідно з яким ризики врешті-решт наздоганяють і вражають тих, хто виробляв або отримував прибутки на їх виробництві і вважав себе застрахованим від них. «Ефект бумеранга» народжує зворотний зв'язок, і споживання ризику є одночасно і початком його виробництва.

«Ефект бумеранга» ризику є наслідком універсалізації і глобалізації ризиків, які руйнують і національні, і класові кордони. За У. Беком, у суспільстві ризику відмінності між людьми в залежності від доходу, освіти, місця проживання, статі та інших подібних критеріїв не є важливими. «Говорячи спрощено, місце станів займають уже не соціальні класи, а місце соціальних класів – не стабільні рамки сімейних відносин. Чоловік й жінка окремо стають життєво важливою одиницею відтворення соціальних відносин. Іншими словами, індивіди усередині й поза родиною стають основними діючими особами в забезпеченні свого обумовленого ринком існування й пов'язаного із цим планування й організації власної біографії» [1, с. 109]. Тобто У. Бек вимальовує картину суспільства, утвореного множиною індивідів, які включені у ринкові відносини й які піддані страху і невпевненості.

У зв'язку німецький соціолог розмірковує про «невидимість» ризиків. Багато з сучасних технологічних ризиків не може бути сприйняті органами почуття людини і бути піддані математичній калькуляції. Тому специфіка сучасного ризику полягає в тому, що «небезпечна реальність прихована від сприйняття». Якщо індустріальне суспільство відрізнялося «культурою видимості» (culture of visibility) і чинники стратифікації (багатство, влада, престиж) були очевидні, то в суспільстві ризику подібна очевидність зникає. Невидимі ризики грають істотну роль у соціальному сенсі. У. Бек вважає: «Гонітва між сприйнятим багатством і несприйнятими ризиками не може бути виграна останніми. Видиме не може змагатися з невидимим. Проте, парадокс полягає в тому, що цілком ймовірним є те, що невидимі ризики виграють подібну гонку» [1, с. 45].

За спостереженням У. Бека, у розвинених країнах сучасного світу суспільне виробництво багатств постійно супроводжується суспільним виробництвом ризиків. Відповідно проблеми і конфлікти розподілу багатств у відсталих країнах ускладнюються проблемами і конфліктами, що породжені виробництвом, визначенням і розподілом ризиків, які виникають у процесі науково-технічної діяльності. Для таких суспільств проблема ризику безпосередньо пов'язана зі стрімкою індустріалізацією, з одного боку, і з непередбаченими (негативними) наслідками модернізації, з іншого. Невипадково, У. Бек наводить аналогію – виробництво і розподіл багатства в індустріальному суспільстві змінюється виробництвом і розподілом ризику в сучасному суспільстві ризику. За цією логікою ризик визначається «як систематична взаємодія суспільства із загрозами і небезпеками, що індукуються і виробляються процесом модернізації як таким. Ризики, на відміну від небезпек минулих епох, є наслідком загрозової сили модернізації і породжуваних нею відчуттів невпевненості і страху» [1, с. 45].

Ключовими положеннями теорії суспільства ризику є такі:

1) Необхідність нової теоретичної моделі в цілому обґрунтовується радика-

льними зрушеннями в сучасному суспільстві в бік релятивістських та постмодерних соціальних і культурних умов, на відміну від класичного індустріального суспільства.

2) У нових умовах людство має справу не з природними небезпеками, а з рукотвірними ризиками, які є результатами його діяльності, внаслідок чого логіка поширення благ замінюється логікою поширення ризиків. Для У. Бека ризик є одночасно біофізичною реальністю та соціальним конструктом. Ризики виробляються промисловістю, втілюються в економіці, легітимізуються наукою та мінімізуються політикою.

3) Сучасні ризики є побічними непередбачуваними ефектами попереднього процесу модернізації, їх неможливо усунути традиційним шляхом: якщо на попередньому етапі індустріального капіталізму ризики можна було розрахувати та усунути, то на сучасному історичному етапі цього зробити вже неможна.

4) В умовах суспільства ризику відбувається зміна Першого (простого) модерну на Другий (рефлексивний) модерн. Якщо визначальними поняттями Першого модерну є багатство і влада, то для Другого модерну такими поняттями є ризик і безпорадність. Тобто для У. Бека поняття Другого модерну і суспільства ризику є однопорядковими, синонімічними. Ключова проблематика суспільства ризику – це політика розподілу та компенсації ризику.

5) Суспільство ризику породжує процес радикалізованої інституціоналізованої індивідуалізації, який покликаний продемонструвати як руйнуються усталені зв'язки індивіда з фундаментальними інститутами соціальних класів, сім'ї, політичних партій, церкви тощо, руйнується його віра в прогрес та можливості науки, в т.ч. стосовно захисту від суч. переважно негативних ризиків. На думку У. Бека, категорії екологічних, технологічних та економічних ризиків, притаманних індустріальним суспільствам, у суспільстві ризику доповнюються ризиками тероризму та ризиками моральної кризи. Згодом поняття суспільства ризику розширюється до рівня всесвітнього суспільства ризику. Всесвітнє суспільство ризику витлумачується німецьким соціологом у термінах космополітичного суспільства, що пояснюється поєднанням етики індивідуалізму з умовами глобалізації, яка характеризується як спільність дій та життя людей, які знаходяться на величезних відстанях і долають об'єктивний розподіл на національні держави, релігії, регіони та континенти.

Сучасне українське суспільство, проаналізоване в категоріях теорії суспільства ризику, випробовує вплив розвинених західних суспільств, які є суспільствами ризику, на який нашаровуються власні ризики, обумовлені відсталістю соціально-економічного розвитку та політико-ідеологічними і соціокультурними обставинами.

Значна частка невизначеності в сучасній Україні обумовлена незавершеністю процесу демократизації. Наше суспільство балансує між демократією й авторитаризмом – доки перехід не завершився, неможна точно передбачити, є він переходом до демократії чи до нової форми авторитаризму. Числені соціологічні дослідження показують, що зростає кількість людей, які віддають перевагу сильній

владі, «сильній руці». Вони вважають, що реставрація недемократичного режиму дасть змогу навести в суспільстві порядок, проте самий перехід від гібридного режиму до недемократичного ніяк не зменшить кількості небезпеки. Їм здається, що недемократична система стабільніша, передбачуваніша за демократичну, відкрити.

У закритій системі соціальна структура формується цілеспрямовано; немає легітимної боротьби за владу; панує моноцентризм; замовчуються, придушуються конфлікти; формується єдина ідентичність, почуття колективізму; здійснюються контроль за громадянами через громадські організації. Обмежуючи свободу слова, мітингів, демонстрацій, об'єднань, маніпулюючи свідомістю мас, формуючи певні стереотипи, міфи, створюючи умови для формування однорідного суспільства тощо, влада тим самим обмежує кількість викликів внутрішнього середовища. Однак, зауважує О.Кіндратець, «“залізна завіса” зменшує кількість зовнішніх викликів. У недемократичному суспільстві стабільність зберігається значною мірою завдяки “закритості”. Але конфлікти в закритому суспільстві можуть зруйнувати систему, адже їх придушують, а не розв'язують» [2]. Ризики, обумовлені процесами демократизації, визначаються на основі оцінки використання примусу в здійсненні влади, впливу на суспільство радикальних політичних сил; порушення правопорядку, масштабу антиконституційних дій, делегітимації політичного режиму, кризи системи державного управління, сепаратизму, ступеня етнічних, релігійних, расових, соціальних відмінностей, прояву соціальної нерівності тощо. Майже всі перераховані чинники ризику наявні сьогодні в Україні.

Тоталітарні тенденції – невід'ємна частина всіх сучасних суспільств. Спроби нових незалежних держав «втекти від історії» шляхом набуття членства в безпековому альянсі чи інтеграційному об'єднанні визначені тоталітарним історичним досвідом. Такі спроби також живляться бажанням абсолютного комфорту й страхом перед ризиками самостійної зовнішньої й внутрішньої політики [4, с. 55]. Ці страхи притаманні українському суспільству. Але чи позбавить українське суспільство криз тісна інтеграція чи то із Заходом, чи то зі Сходом? Як слушно зауважує С. Кононенко, суспільство, захищаючись від одних загроз, створює інші; усуваючи одні ризики, породжує інші [4, с. 55].

Реперним чинником ризикованості в Україні є соціальна нерівність. Вплив соціальної нерівності на розвиток українського суспільства чинить подвійний вплив. З одного боку, нерівність у доходах, різний рівень життя є стимулом соціально-економічного розвитку, оскільки ті, хто в гіршому становищі, намагаються його покращити, а отже, докладають зусиль, щоб домогтися вищого суспільного статусу. З другого боку, менш успішні групи можуть обирати для поліпшення свого становища незаконні, нелегітимні способи. Це призводить до зростання злочинності, корупції, безладу.

Згідно із теорією, стабільним вважається суспільство, у якому частка середнього класу в структурі населення не нижча за 70%. Неконтрольоване зростання нерівності є небезпечним для суспільства – воно посилює владні позиції небагатих і перешкоджає участі в політиці більшості, тобто суперечить демократії і

сприяє розвитку таких авторитарних тенденцій. По-перше, відбувається поляризація суспільства: на одному полюсі концентруються апатія й пасивність, на другому – намагання монополізувати й закрити для громадян сферу прийняття політичного рішення. По-друге, соціальна нерівність маргіналізує знедолені верстви, підштовхуючи їх до втечі від політики і нелегітимних форм протесту. Вони стають соціальною базою політичного екстремізму, оскільки не мають можливості артикулювати й захищати свої інтереси в публічній сфері. По-третє, соціальна нерівність культивує в суспільстві атмосферу, що сприяє руйнуванню підвалин соціальної справедливості і загального блага, моральних засад суспільної єдності [3, с. 72-73].

В Україні існує таке явище, як «політична бідність», яка, за Г. Бехманом, означає нездатність деяких груп громадян брати участь у демократичному процесі, що робить їх вразливими перед наслідками рішень, що ухвалює влада. При цьому поріг «політичної бідності» проходить по лінії здатності-нездатності тієї чи іншої групи ініціювати обговорення суспільних проблем, які зачіпають її інтереси [5, с. 35]. Політична бідність притаманна не тільки авторитарним чи транзитивним державам, а і розвиненим демократичним країнам, де є люди, вилучені з політичного процесу. Йдеться про представників андеркласу – «пасивних бідних», тих, які відмовляються брати участь у політичному процесі (не голосують на виборах, не беруть участі в організаціях громадянського суспільства). Основними рисами андеркласу є бідність, економічна залежність від держави, патерналізм, депривація, незалученість до соціальних мереж і домінуючої культури.

Все це обумовлює ризики, породжені соціальною напруженістю, під якою розуміють приховану форму незадоволення соціальних груп ситуацією в країні загалом чи в регіоні. Соціальна напруженість виявляється не лише в настроях, а й у діях: ажіотажному попиті, активізації діяльності суспільних рухів й екстремістських організацій, стихійних та організованих мітингах, демонстраціях, страйках та інших формах громадянської непокори [6, с. 171]. Соціально-економічними умовами виникнення соціальної напруженості є зниження рівня життя; зростання й збереження бідності; відсутність у значної частини населення можливості для поліпшення умов життя тощо. Причиною посилення соціальної напруженості може бути зростання злочинності та корупції. Україна належить до країн, у яких поширилася організована злочинність. Дослідники організованої злочинності зазначають, що нині її основною рисою є політизація. Політична злочинність у широкому значенні – це всі злочини у сфері державного й соціального управління. Безумовно, вражаючих масштабів в Україні набуває корупція, що дозволяє говорити про корумповане суспільство, про корупцію як елемент системи управління. Корупція – одне з найнебезпечніших явищ у житті суспільства, оскільки її розростання є серйозною загрозою верховенству закону, демократії й правам людини [2].

Окрім ризиків, породжених внутрішніми чинниками, українське суспільство випробовує і ризики, пов'язані з глобалізацією. Завдяки глобалізації людство ввійшло в режим життя з відкритим зовнішнім середовищем, що породжує ризики

невизначеності [7, с. 169]. Інтеграційні процеси, які супроводжують глобалізацію, з одного боку, зменшують кількість ризиків, передусім тих, які породжені відсутністю діалогу держав, нездатністю їх знайти спільні інтереси, а з другого боку, інтеграція призводить до збільшення кількості ризиків, пов'язаних з ослабленням державного суверенітету.

Література:

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек ; пер. с нем. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
2. Кіндратець О. Ризики українського суспільства / Олена Кіндратець // Віче. – 2009. – № 17 (вересень). – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1623>.
3. Социальное неравенство и публичная политика / ред. кол.: Медведев В.А. (отв. ред.), Горшков М.К., Красин Ю.А. – М.: Культурная революция, 2007. – 336 с.
4. Кононенко С.В. Політичний ризик і тоталітарний комфорт / С.В. Кононенко // Наук. записки Ін-ту політ. і етнонац. досл. ім. І.Ф. Кураса НАН України. – 2008. – Вип. 42. (Підсерія «Курасівські читання»). – С. 48-57.
5. Бехман Г. Современное общество как общество риска / Г. Бехман // Вопросы философии. – 2007. – № 3. – С. 26-46.
6. Бузовський І. Соціальна напруженість і тривожність у контексті діагностики суспільних конфліктів / І. Бузовський // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. – № 3. – С. 169-176.
7. Красиков С.А. Глобализация: политические риски открытости / С.А. Красиков // Полис. – 2008. – № 2. – С.162-170.

М.А. Лепський

Запорізький національний університет

Сценарне прогнозування 3.0 у дослідженні цивілізаційного розвитку

Сучасні дискусії навколо цивілізаційного розвитку вибудовуються у найбільш узагальненому вигляді у декількох важливих контекстах, які власне і визначають зіткнення думок:

По-перше, це теорії та контексти глобалізації як становлення та формування зв'язаності світової цивілізації, які пропонують теорії всесвітньо-історичного розвитку, теорія прогресу, сталого людського розвитку, становлення людства як суб'єкта розвитку та т.і.

По-друге це контексти боротьби за світове лідерство та за формат зв'язаності, центризм економічного, політичного, інформаційного та військового управління, а також за впровадження своїх цінностей, смислів, норм, правил, фреймів, контекстів та ідентичностей, що тиражуються та формують оцінну систему вірного або невірного, добра чи зла.

По-третє, це конспірологічні теорії про світове закулісся, яке визначає таємну змову сценарування та «м'які» маніпулятивні методи глобального управління світом.

По-четверте, це геополітичні та гео економічні теорії, у яких особливу роль відіграють політична та економічна географія, як оптика глобальних змін та взаємодії цивілізацій та країн, їх баланс сил.

По-п'яте, це дослідження протилежного глобалізації, тих теорій, які розглядають глобалізацію лише як формат нав'язування своєї волі Заходом або навпаки, обґрунтовують домінування західного шляху розвитку у запереченні принципу «єдності у багатоманітності», це деякі теорії модернізації та path dependence [1].

По-шосте, це ствердження інформаційно-когнітивного укладу світової цивілізації, який заперечує попередній індустріально-інформаційний етап, та стверджує стратегії «блакитних океанів», когнітивних проєктів майбутнього на основі інформаційної та мережевої організації суспільств та відносин між ними.

По-сьоме, розгляд цивілізацій, як соціальних організмів, зі своїми власними внутрішніми джерелами розвитку, у міжнародних відносинах як самоорганізаційної системи, що протистоїть та чинить опір зовнішньому керуванню. До того ж світова політика та економіка є лише простором взаємодії окремих цивілізацій та їх репрезентантів національних держав та їх об'єднань.

Ці теорії можуть підтримуватись або заперечуватись, бути гібридними частинами тих або інших теорій. Але вони визначають контури взаємодії країн та цивілізацій.

Відповідно до цього відбувається визначення загроз, ризиків, викликів, можливостей, потенціалу та відповідей у діях суб'єктів міжнародних відносин.

Діяльність суб'єктів міжнародних відносин часто-густо спирається не лише на усвідомлення об'єктивних умов, процесів та потреб, але й на дискурси, нарративи та мисленеві схеми, що прийняті та прийнятні у структурах впровадження рішень, на ті стратегії та сценарії, що визначаються відповідно до статусу та позиції суб'єкта міжнародних відносин як внутрішньополітично, так і ззовні країни.

Тому виникає потреба наукового дослідження сценарування у сучасних міжнародних відносинах, що відображає взаємодію країн та відображує розвиток цивілізацій та формування світової цивілізації.

У найбільш узагальненому вигляді їх можливо представити у таких етапах:

0. – це становлення сценарного мистецтва у взаємодії цивілізацій у контексті поетики («творчого наслідування» [2]), формування образу мистецтва стратегії за аналогією з театральним мистецтвом (введення образів: «театр бойових дій», «сценарний план» та інші смисли метафори театру).

1.0 – це створення сценарного підходу аналізу військових, політичних, економічних та міжнародних ситуацій, які пов'язані з творчим здобутком Германа Кана та його колег, таких інститутів як РЕНД-корпорейшн, Гудзонівського інституту. Особливістю цього сценарування є розробка варіантів альтернативного розвитку ситуації, які надаються лише як аналітична інформація для осіб, що приймають рішення. Класична схема сценарування пропонує щонайменше 4 варіанти розвитку: оптимістичний, песимістичний, інерційний та найбільш вірогідний (реалістичний) варіанти. У цьому рівні сценарування визначається аналітика можливих ситуацій та процесів, пропонуються можливі рішення, але є розрив аналітики з підготовкою осіб, що приймають рішення.

2.0. – це новий рівень сценарного підходу, який був запропонований Пьером Ваком та творчо розвинутий Пітером Шварцем [3]. Цей рівень передбачає не тільки аналітичну роботу зі створення сценаріїв альтернативних ситуацій майбутнього, а й має у своїй технології підготовку осіб, що приймають рішення, до цих ситуацій, перш за все, до осмислення та дій в ситуації неможливого. Цей рівень сценарного мистецтва має організаційно-інституційні ознаки, оскільки вимагає зміни мислення та підготовки суб'єктивної діяльності до простору «безперечно обумовленого», так і критично неможливого (невизначеного).

3.0 – цей рівень сценарування вперше вводиться у цих тезах, відображає сучасні потреби сценарування як відображення майбутнього, що визначений та спирається на сценарування 2.0, але вводить нові процеси евристичних когнітивно-інформаційних моделей сценарування у цивілізаційному розвитку, у дослідженні балансу сил (його створення та порушення), формування світової цивілізації та ноосфери, у мережевих відносинах центрів сил, периферії та кордонів між ними.

Література:

1. Дэвид П. Зависимость от пути развития и исторические общественные науки: вводная лекция / Пол Дэвид; пер. с англ. Бальсевич А.А. // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и как процесса. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. – Т. 6. – С. 183-207.

2. Лепський М.А. Фрактальність ідеї «поетики» та виклики сценарного прогнозування / М.А. Лепський // Культурол. вісн. Наук.-теор. щорічник Нижньої Наддніпрянщини. – Запоріжжя, 2016. – Вип. 36.

3. The Art of the Long View: Paths to Strategic Insight for Yourself and Your Company, by Peter Shwarz. – USA, Currency Doubleday, 1996. – 272 p.

В.В. Ніколенко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Евристичний потенціал сучасної економічної соціології

(на прикладі теорії А. Сміта)

Економічна соціологія доволі молода галузь наукового знання. Її виникнення всередині ХХ ст. пов'язують з науковими працями видатних американських вчених Т. Парсонса і Н. Смелзера. Зокрема, Т. Парсонс, як представник структурно-функціонального аналізу в соціології, досліджував економіку як підсистему суспільного життя, що відповідає за адаптацію до повсякденної дійсності. У межах цієї парадигми предметні межі економічної соціології обумовлені інтенціями вчених до виокремлення та деталізації закономірностей зв'язку між економічними і соціальними фактами життєдіяльності соціуму.

Такий фокус дослідницького інтересу розкриває важливий взаємозв'язок між економікою і позаекономічними чинниками впливу на ситуацію. Зважаючи на це, можна обґрунтувати чому країни Західної Європи і Північної Америки тривалий час займають найвищі рядки в міжнародних рейтингах стосовно Індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП), свободи економіки, функціонування демократії, якості життя. Всі ці рейтинги є переконливим доказом, що середньостатистична людина Західної Європи та Північної Америки у порівнянні з країнами в інших регіонах світу, найбільшою мірою задоволена різними аспектами свого життя. Допитливий розум ставить закономірне запитання. Які особливості економічного розвитку у взаємозв'язку з іншими соціокультурними обставинами дозволяють західним країнам бути лідерами світового прогресу? На нашу думку, саме на подібні запитання мають давати відповіді економсоціологи використовуючи свій науковий підхід і відповідний дослідницький інструментарій.

Безперечно, варто зауважити, що такі успіхи Західної цивілізації стали можливими на тлі інтенсивного розвитку капіталістичних відносин, освіти, громадянської ініціативи та самоорганізації, соціально-економічних правових систем. Великий шотландець А. Сміт у своїй теорії ліберальної економіки довів завдяки чому збагачується нація – виробничій праці. Проте експерти підкреслюють, що господарські закони А. Сміта працюють лише за наявності важливих позаекономічних фонових обставин, а саме: релевантності між економічним і соціальним, домінування інтернального локусу психологічного контролю, емансипативних цінностей у публічному просторі.

Нагадаємо, що А. Сміт відстоював принцип невтручання держави в господарське життя. Вчений відмічав, що на цьому тлі попит породжує пропозицію, а за умови вільного пересування економічно активного населення та капіталу економіка стає самодостатньою, саморегулюючою системою, як наслідок, збагачується все суспільство. Дійсно, можна прийняти такий підхід, але ще раз зауважити, що концепція А. Сміта працюватиме в інтересах середнього класу, громадянського суспільства лише за наявності вищезазначених фонових обставин. У стислій формі розкриємо їх зміст.

По-перше, наявність релевантності між економічним і соціальним. Економічний складник в такій взаємозалежності – це закони ліберальної економіки А. Сміта. Соціальний складник передбачає присутність у суспільному житті важливого ресурсу довіри, ефективну боротьбу з корупцією, розвиток традицій соціально відповідального бізнесу та культурно прийнятну поведінку представників елітарних верств.

По-друге, формування інтернального типу особистості. Так, у західних суспільствах привалює інтернальний локус психологічного контролю на відміну від деяких країн східного світу, в яких подекуди залишається розповсюдженим екстернальний тип особистості. Якщо інтернали пов'язують відповідальність за власну долю лише з особистісними зусиллями, натомість екстернали вважають, що про них мають піклуватись та забезпечувати всім необхідним інші.

По-третє, домінування в аксіологічній ієрархії суспільних систем емансипативних цінностей. Зважаючи на це, доцільно відмітити, що публічний простір західних країн насичений емансипативними цінностями: толерантності, довіри, взаємодопомоги, досяжницької мотивації, підприємництва, раціональності, відданості професії, самореалізації, егалітаризму, здорового індивідуалізму. Саме така ціннісна система дозволяє забезпечувати високий рівень розвитку господарської культури та інших соціальних інститутів.

Отже, можна стверджувати, що теорія А. Сміта працюватиме в інтересах всього суспільства, створить сприятливе тло для модернізації України відповідно до визнаних світових стандартів лише за наявності релевантності між економічним і соціальним, інституціоналізації інтернального локусу особистісного контролю та емансипативних цінностей в публічному просторі.

СЕКЦІЯ 1 ЦІННІСНІ ПРІОРИТЕТИ СУСПІЛЬСТВА: МИНУЛЕ, ТЕПЕРІШНЄ, МАЙБУТНЄ

В.А. Бойко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Нові модуси соціалізаційних процесів сучасної особистості під впливом Інтернет

Під Інтернет-соціалізацію, частіше за все, розуміють інструментальне знання, яке пов'язане з електронною грамотністю, навичками соціальної навігації у кіберпросторі. Це дозволяє, не потребуючи максимуму знань, мати справу з віртуальним середовищем, з технічними і програмними артефактами. Інтернет-соціалізація – багаторівневий процес, який розгортається на всіх щаблях віртуального простору і являє собою процес інтерференції зразків поведінки, психологічних установок, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, засвоєних суб'єктом в реальному суспільстві і, можливо, привабливих для особистості, але не реалізованих у реальному просторі ідентичностей.

Насамперед, слід зазначити опосередкований характер Інтернет-соціалізації. Агенти Інтернет-соціалізації присутні у вигляді віртуальної реальності, які можуть конкурувати і поступово витіснити реальних агентів.

На противагу цілеспрямованості і урегульованості реальної соціалізації, в Інтернет-просторі вона носить в основному стихійний характер. Особистість сама обирає варіанти свого існування в Мережі, сама знаходить (чи її знаходять) референтів, сама визначає обсяги та способи існування в Інтернет-співтоваристві.

Третім аспектом соціалізації в рамках Інтернет-комунікації є зміна її традиційних форм (спілкування, гра, навчання тощо) та їх обмеження в повсякденному житті, призводить до певного розриву з усталеною культурною традицією і сприяє моделюванню особистості нового типу.

У результаті можна говорити про реконфігурацію самого процесу соціалізації. Особистість в Інтернет-просторі починає засвоювати репрезентативну культурну модель, притаманну тому чи іншому мережевому співтоваристві, яка відрізняється ситуативністю, мінливістю, не укоріненістю, що продукує певні асоціальні поведінкові моделі

Процес засвоєння індивідом соціального досвіду в рамках Інтернет-мережі може розглядатися з точки зору чотирьох основних модусів:

- соціалізація через сприйняття соціальних міфів;
- засвоєння моделей поведінки і правил соціальної навігації;
- засвоєння норм, цінностей і установок конкретного віртуального мережевого співтовариства;
- засвоєння інтеракційних моделей в межах соціальної системи Інтернет-простору в цілому [1].

Говорячи про проблему ідентичності користувачів Інтернету, необхідно торкнутися феномен створення «віртуальних особистостей». За рахунок Інтернет-комунікацій індивід значно розширює систему соціальних зв'язків, знаходить референтів, які не представлені в його безпосередньому оточенні, має велику варіативність соціальних ролей, на відміну від реального суспільства і т.п. Більше того, безмежність Інтернет-середовища обумовлює постійне відчуття особистістю неповноти свого соціального досвіду, розуміння нереалізованості своїх потенціалів і породжує відповідне бажання більш повно і ефективно увійти в ці контакти, середовища, оволодіти ресурсами. Таким чином, можна стверджувати, що процес соціалізації особистості в Інтернет-просторі безперервний [1].

Вищезазначене, дає підстави говорити про віртуальна комп'ютерну соціалізацію або кіберсоціалізацію (від англ. Cyber – віртуальний, пов'язаний з комп'ютерними технологіями і особливо з всесвітньої глобальної мережею Інтернет & англ. Socialization – соціалізація. В. Плешаков (2005 р.) визначає кіберсоціалізацію як соціалізацію особистості у кіберпросторі – як процес якісних змін структури самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання ним сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій у контексті життєдіяльності [2].

Для В. Плешакова модель кіберсоціалізації особистості в сучасному інфор-

маційному суспільстві являє собою єдність 4-х іпостасей людини:

- об'єкта кіберсоціалізації (вплив кіберпростору на життєдіяльність);
- суб'єкта кіберсоціалізації (задоволення потреб у кіберпросторі);
- жертви кіберсоціалізації (негативні наслідки);
- жертви несприятливих умов кіберсоціалізації (небезпеки кіберпростору та їх джерела) [2].

У процесі кіберсоціалізації у індивіда виникає цілий ряд нових, очікувань та інтересів, мотивів і цілей, потреб і установок, а також форм психологічної і соціальної активності, безпосередньо пов'язаних з кіберпростором – фактично новим віртуальним життєвим простором людини.

Література:

1. Бондаренко С.В. Модель социализации пользователей в киберпространстве / С.В. Бондаренко. – Режим доступа: http://www.ict.edu.ru/vconf/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&d=light&id_sec=179&id_thesis=6939.
2. Плешаков В.А. Киберсоциализация человека в информационном пространстве / В.А. Плешаков. – Режим доступа: http://info-alt.ru/go/index.php?option=com_content&view=article&id=85:2009-08-05-15-13-38&catid=4:2009-07-15-17-32-29&Itemid=5.

В.А. Макаренко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Соціологія у світі VUCA: про що та для кого?

Наразі у багатьох країнах світу йдуть широкі дискусії щодо необхідності реформування системи освіти. Це відбувається з багатьох причин. Серед основних часто називають економічні (необхідність співвідносити корпуси дисциплін та знань з вимогами економіки ХХІ сторіччя) та культурні (потреба у збереженні культурної самобутності та передачі культурної спадщини наступним поколінням в умовах глобалізації) [1].

Подібний дискурс актуалізує роздуми щодо визначення специфіки сучасного світу. Однією зі спроб відповіді на цей запит стала модель VUCA. Сьогодні цей термін активно використовують провідні футурологи, економісти, бізнес-консультанти та інші фахівці, що прагнуть зрозуміти ситуацію непередбачуваності та перманентної невизначеності соціального середовища.

Появу терміну пов'язують з ім'ям Стефана Гарроса, PhD наук про поведінку, полковника армії США, який, виконуючи завдання по визначенню того, як необхідно діяти в ситуації, коли бойова ситуація постійно змінюється, запропонував для опису таких обставин акронім VUCA [2]. Його концепція виявилась доволі вдалою і для розуміння широкого суспільного контексту.

В основу моделі були покладені чотири головні характеристики, що охоплюють цілі спектри процесів та явищ, з якими зіткнулося глобальне суспільство на початку нового тисячоліття.

Volatility – нестабільність, змінність, нестійкість, волатильність – ситуація

змінюється настільки швидко та непередбачувано, що стають неможливими не тільки будь-які прогнози, але і планування дій навіть у короткостроковій перспективі.

Uncertainty – невизначеність, невпевненість – середовище, в якому розгортається життєдіяльність людини, знецінює попередній досвід настільки, що прийняття рішення не може спиратись на ефективні в минулому алгоритми та принципи.

Complexity – складність, комплексність, заплутаність – безліч складних для розуміння фактів, причин та чинників призводять до мультиплікації соціальних проблем, вирішення яких потребує нестандартних підходів.

Ambiguity – неясність, двозначність – відповіді на питання «хто?», «що?», «де?», «коли?», «як?» і «чому?» більше не можуть бути однозначними та такими, що влаштовували б різні групи впливів та інтересів [3].

В такій ситуації закономірно постає питання щодо змісту й форматів соціологічної освіти, ролі соціології як теорії та сфери практичної діяльності в житті сучасної людини і в суспільстві в цілому.

Модель, за якою функціонує вітчизняна система освіти, створювалась в часи індустріальної революції та була покликана готувати людей до того, щоб вони могли займати певні місця у виробничому процесі та могли виконувати конкретні дії. Та й сама вона побудована на кшталт виробництва – за принципом конвеєру [1]. Одним з негативних наслідків такого підходу є не тільки відчуження індивіда від власної діяльності, але і створення суспільного середовища, в якому переважають фрустровані особистості, не здатні до самостійного нестандартного мислення та прийняття рішень.

Світ VUCA висуває інші вимоги до особистості. Потрібно відмовлятися від традиційного образу освіченої людини як константного в наборі своїх знань та вмінь та обумовленого вимогами виробництва фахівця [4]. Актуальними наразі стають індивідуальні освітні траєкторії, і соціологія – одна з тих дисциплін, яка практично «змушена» бути в авангарді цього процесу.

Тож, відповідаючи на питання «що?» може бути змістом соціологічної освіти, можна запропонувати VUCA-виклику VUCA-відповідь. Не дивлячись на те, що цей підхід виник в сфері менеджменту, його потенціал може бути використаний у будь-яких галузях.

Values – цінності. Соціологам потрібно розвивати в собі здатність розпізнавати ціннісні орієнтири представників різних соціальних груп. Такі навички будуть особливо затребуваними у ситуаціях, коли потрібно організовувати командну роботу.

Understanding – розуміння. Соціолог-аналітик повинен вміти пояснити, що та чому відбувається з людьми та як впливають на них перманентні зміни.

Clarity – ясність. Йдеться про формування системного мислення, яке дозволить з'ясувати сутність того, що відбувається.

Agility – гнучкість. Можливість швидко реагувати та ситуацію завдяки забезпеченню якісного зворотного зв'язку є, на наш погляд, тією компетенцією, яка

виступатиме базовою в соціологічній освіті.

А даючи відповідь на питання «для кого?», дозволю собі критично широку тезу. Соціологія повинна стати тим способом розуміння та перетворення соціальної реальності, який дозволить будь-якій людині визначатися із особистими пріоритетами та досягати власних цілей у світі VUCA. Тому соціологія – для всіх і кожного.

Література:

1. Робинсон К. Новый взгляд на систему образования / Кен Робинсон. – Режим доступа: <http://maxpark.com/community/1588/content/2192976>.
2. Чухно Ю. Управление изменениями в VUCA-мире: как вовлечь людей и помочь им стать лидерами новых решений / Ю. Чухно. – Режим доступа: <http://novaterracoaching.su/change-management-in-vuca>.
3. Салливан Дж. VUCA: новая среда управления талантами и планирования персонала / Джон Салливан. – Режим доступа: <http://hrm.ru/vuca-novaja-sreda-upravlenija-talantami-i-planirovanija-personala>.
4. Розин В.М. Философия образования. Этюды исследования / В.М. Розин. – М.: Моск. психол.-соц. ин-т, НПО «МОДЭК», 2007. – 576 с.

А.М. Ячний

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м Дніпро)

Особливості методологічної інтерпретації явища управління

Наявні проблеми, що притаманні сучасним українським реаліям, свідчать про суттєві недоліки у практиці соціального управління. Це не може не викликати наукову та практичну зацікавленість до явища управління, яке розглядається як предмет вивчення через призму багатьох наук, перед усім це: соціологія, психологія, соціальна психологія, політологія, філософія, юриспруденція, культурологія, педагогіка, кібернетика, синергетика, ергономіка і економіка. Кожна з наук пропонує «свої» можливості щодо вдосконалення управління, і звичайно під кутом «своїх» методологій. Щоб подолати наявні методологічні розбіжності лунають пропозиції – відокремити соціальне управління в самостійну галузь наукового знання і включити до неї розділи з соціології управління, філософії управління, психології управління, політики як мистецтва управління, економіки, культури і права, як такі, що висвітлюють проблеми соціального управління. Таким чином, створити «міждисциплінарну дисципліну», предметом і основним методом її дослідження буде системний підхід, системний аналіз явищ суспільного життя, та об'єднає сукупність методів і засобів за для вивчення якостей і структури складної соціальної системи як об'єкта управління [1, с. 468]. Подібні заклики викликають зацікавленість, але їх реалізація передбачає вирішення низки проблем.

Перша складається у тому, що категорія управління розкривається через характеристики цього явища, при цьому висвітлюється у відповідності задач конкретної науки. На цій підставі виникають суттєві змістовні розбіжності у визначенні. Так, філософія визначає управління як функцію організованих систем, що забезпечує збереження їх структури, підтримує режим діяльності, реалізацію їх програм, мету. А соціальне управління як цілеспрямований вплив на суспільство

для впорядкування, збереження, вдосконалення і розвиток його певної якісної специфіки [2, с. 496; 3, с. 674].

Представники соціальної психології демонструють «свої» особливості у визначенні управління і визначають його як функцію організованих систем, що забезпечує збереження їх структури, підтримує режим функціонування і реалізації програми діяльності, але при цьому, наголошується, що це вид індивідуального або групового, спланованого впливу суб'єктів управління на об'єкти управління для досягнення певної мети управління (управління заради власне самого управління? – А. Я.) [4, с. 296-297].

Треба визнати, що в наявній літературі управління дуже часто визначається як функція. На наш погляд, формулювання визначення сутності будь якого явища через його призначення не зовсім коректне. Не можна зрозуміти явище, зафіксувавши лише його призначення. Якщо йдеться про будь-яке явище, то воно повинно бути зафіксоване через поняття, тобто мати свою назву і зміст, а вже після цього – перелік притаманних йому характеристик.

Не вдаючись до дискусії щодо змістовної сторони підходів, що наводяться, вважаємо за доцільне розглянути визначення соціального управління в Сучасному словнику із суспільних наук. Так, соціальне управління визначається: 1) у теорії соціального управління – як процес цілеспрямованого впливу на об'єкт соціальної системи для забезпечення його функціонування та розвитку; як особливий вид професійної діяльності, який зводиться не тільки до досягнення цілей системи, організації, але й виступає засобом підтримання цілісності будь-якої складної соціальної системи, її оптимального функціонування; як продукт соціальних організацій; 2) з позицій соціального менеджменту – це процес проектування та інновації соціальних організацій, мотивації людей до діяльності для досягнення цілей організації; 3) в економічній теорії – це спосіб отримання економічного результату при найменших виробничих витратах; 4) у правознавстві – державне правове регулювання за допомогою законів; 5) у політології – вплив на суспільство з боку держави політичними методами [5, с. 381-382]. Наведені визначення демонструють розбіжності у підходах щодо визначення змісту соціального управління.

Друга проблема пов'язана з тим, що майже схожі визначення свідчать про запозичення «чужих» підходів та «розмивають» методологію та завдання конкретної науки. Так, в Енциклопедичному соціологічному словнику управління визначається як функція організмів, систем різноманітної природи (біологічних, соціальних, технічних), що забезпечує збереження їхньої певної структури, підтримання режиму діяльності, реалізацію програми, мети діяльності [6, с. 839]. Виникає питання – наскільки можна вважати ці визначення «соціологічним»? Майже однотипне визначення ми вже бачили в філософії.

Цікавим в соціології є визначення соціального управління як керування будь-якими суспільними процесами, або як управління процесами і явищами соціальної сфери суспільного життя, засіб реалізації соціальної політики [6, с. 839; 7, с. 334]. Не потребує великих зусиль побачити копії щодо вирішення задач менеджменту, соціальної філософії та соціальної роботи. Активне застосування в со-

ціології понять «управлінська діяльність» свідчить про його запозичення з психології та менеджменту.

Показовим щодо «запозичень» є визначення соціального управління, яке пропонується соціальними працівниками. Так, соціальне управління – це цілеспрямований вплив на суспільство для впорядкування і розвитку його певної якісної специфіки. Підкреслюється, що характеристики соціального управління обумовлені системною природою суспільства, суспільним характером праці, необхідністю людей у спілкуванні в їх життєдіяльності, в процесі обміну продуктами матеріальної і духовної діяльності [8, с. 267-268]. Завдання соціальної роботи у цьому визначенні майже відсутні.

Третя проблема складається у тому, що відсутні чіткі формулювання понять управління в межах самих дисциплін, на ґрунті «своїх» методологій.

Не можливо не визнати, що соціологічній літературі притаманне не аби яке суттєве різноманіття у визначеннях понять «управління» та «соціальне управління». Так, управління визначається як соціальний інститут, що являє собою цілеспрямований, усвідомлений, організаторський вплив людей на власну суспільну, колективну, групову життєдіяльність як безпосередньо (у формі самоуправління), так і через спеціально створені структури (державу, суспільні об'єднання, партії, фірми, кооперативи, асоціації тощо). При цьому, автори виокремлюють поняття «соціальне управління» та «управління соціальними процесами» на ґрунті того, що поняття «соціальне управління» визначає весь комплекс цілеспрямованого регулювання соціальних сфер, суспільних відносин, соціальної діяльності людей, а поняття «управління соціальними процесами» підкреслює аспект диференціації, тобто виокремлення конкретних процесів, які підлягають управлінському впливу відповідно до специфіки кожного з них [9, с. 12-13]. Інші автори визначають управління як: 1) систематичний вплив суб'єкта управління (підсистема, що управляє) на соціальний об'єкт (підсистему, якою управляють), з метою забезпечення їхньої цілісності, «нормального» функціонування, вдосконалення і розвитку, досягненню поставленої мети; 2) цілеспрямований вплив на умови життя людей, їхні ціннісні орієнтації, поведінку, та має за головні завдання – забезпечення добре скоординованої цілеспрямованої діяльності, як окремих учасників сумісних зусиль (трудових, політичних, спортивних та інш.), так і соціальних організацій (систем) у цілому [10, с. 9-10]. Наведене визначення управління – управління (за назвою), але (за змістом) все ж таки йдеться про соціальне управління, про це свідчить визначення в іншому джерелі, де визначається соціальне управління як свідомий, систематичний, організований вплив на суспільство з метою впорядкування, вдосконалення його структури і діяльності, збереження цілісності; як процес, який забезпечує стійкість розвитку суспільної системи, її рівновагу, гарантію, запобігання потрясінням і катаклізмам [11, с. 646-648].

Необхідно звернути увагу на те, що наведені визначення управління формулюються через поняття «вплив», «діяльність», але існують й інші підходи. Так, певні автори говорять про управління вже як про процес систематичного, свідомого, цілеспрямованого впливу людей на суспільну систему у цілому або її окре-

мих частин (виробництво, соціальне та духовне життя, галузі економіки і таке інше) на ґрунті усвідомлення та використання, притаманних суспільству об'єктивних закономірностей і прогресивних тенденцій в інтересах забезпечення його ефективного функціонування та розвитку. Підкреслюється, що у змістовному плані управління розглядається як вид інтелектуальної праці, яка виступає як система послідовних управлінських функцій, циклів, процесів, які забезпечують координацію і регулювання інших видів людської праці [12, с. 1144]. Наведене визначення управління ототожнюється з поняттям соціальне управління, автори не відокремлюють їх. Про це свідчить інше соціологічне видання яке визначає соціальне управління як діяльність щодо організації суспільних процесів, яка ґрунтується на усвідомленому використанні притаманним ним закономірностям [13, с. 356-358].

Авторитетне соціологічне видання пропонує визначення управління як елемента, функції організмів, систем різноманітної природи (біологічних, соціальних, технічних), що забезпечує збереження певної структури, підтримання режиму діяльності, реалізації програми, мети діяльності. Соціальне управління ж, визначається як один з основних видів управління, функція якого полягає у забезпеченні реалізації потреб розвитку суспільства та його підсистем [14, с. 380].

Стосовно стану визначення змісту понять «управління» та «соціальне управління» в рамках методології інших наук, можна впевнено стверджувати, що проблеми схожі. Так, у теорії менеджменту управління визначається як процес планування, організації, мотивації і контролю, який необхідний для того, щоб сформувати і досягти мету організації [15, с. 37]. Менеджмент, розглядаючи організацію діяльності суб'єкта управління (менеджера), пропонує своє визначення управління як низки окремих процесів, що представляють собою дії, які сприяють досягненню мети [16, с. 15]. Наявне ототожнення понять «процес» і «дія», «керування» та «управління» нажаль тільки дезорієнтує читача.

Представники політології визначають управління як: 1) сукупність способів, засобів і механізмів для здійснення організованого забезпечення впорядкованості, стабільності політичного життя суспільства і держави; 2) форма регулювання суспільних відносин в класовому суспільстві через владу [17, с. 525-526]. При цьому в рамках політології існує й інше визначення. Управління – це специфічна функція організованих систем природи, суспільства, виробничо-технічної сфери, яка забезпечує їх життєдіяльність, цілеспрямовану динаміку їх розвитку, реалізацію конкретних програм і практичних задач. У свою чергу, соціальне управління визначається як свідома діяльність суспільних інститутів та окремих індивідів, що спрямована на регулювання стихійних та усвідомлених, об'єктивних і суб'єктивних начал, доцільне впорядкування суспільних відносин [18, с. 379-380]. Наведені визначення переконливо демонструють розбіжності визначень та наявність означеної проблеми.

І нарешті, четверта проблема полягає в тому, що спостерігається певне легковажне ставлення до поняття управління. Так, зустрічаються автори, для яких поняття «управління» настільки зрозуміле та «елементарне», що не потребує окремого фіксування. Воочевидь, на цій підставі, зустрічаються видання, що висвітлюють явище управління, але у

тексті не можна знайти жодного визначення управління [19]. На нашу думку, будь яке явище, при його вивченні, повинно мати визначення для його фіксації під певним кутом розгляду. У разі відсутності визначення явища – кожний бачить його «по-своєму» й думає «про своє».

Таким чином, проведений огляд наявних визначень управління демонструє «парад» змісту та сенсів цього явища, підходів щодо його розгляду. Такий стан речей обумовлює проблемний характер формування теорії соціального управління. При її створенні вочевидь необхідно зосередити зусилля, перед усім, на: 1) формулюванні основних категорій, законів, принципів і методів зміни (оптимізації) соціальних систем при збереженні їх цілісності; 2) визначенні можливостей розбудови нових соціальних утворень на ґрунті соціальної доцільності і ціннісно-нормативних уявлень суб'єктів управління та населення, які притаманні суспільству на цьому етапі свого розвитку. Будь яка наукова теорія, перед усім покликана надавати світоглядні орієнтири, що зручні до сприйняття та у використанні на практиці. Чітке висвітлення змісту соціального управління дозволить створити такі орієнтири.

Слід визнати, що у галузі наукового пошуку соціологів спостерігається суттєвий «ухил» в бік організації діяльності власне суб'єктів управління. Але соціологія управління не повинна прагнути підмінити менеджерів. Вважаємо, що її головною задачею – є забезпечення формування у суб'єктів соціальної взаємодії цілісного уявлення про механізми формування соціальних систем, бачення їх структури, зовнішніх та внутрішніх зв'язків, процесів соціального самоорганізації та розвитку, створення організаційних систем взаємозалежності суб'єктів для досягнення соціально-значущих цілей та ролі управління.

Література:

1. Теория управления: социально-технологический подход: энциклопедич. словарь / под ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Муниципальный мир, 2004. – 672 с.
2. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1987. – 590 с.
3. Философский энциклопедический словарь / ред. кол.: С.С. Аверинцев [и др.]. – 2-е изд. – М.: Сов. энциклоп., 1989. – 815 с.
4. Дьяченко М.И. Краткий психологический словарь: Личность образование, самообразование, профессия / М.И. Дьяченко, Л.А.Кандыбович. – Мн.: «Хэлтон», 1998. – 399 с.
5. Сучасний словник із суспільних наук /за ред. О.Г. Данильяна, М.І. Панова. – Х.: Прапор, 2006. – 432 с.
6. Энциклопедический социологический словарь / общ. ред. Г.В. Осипов. – М.: ИСПИ РАН, 1995. – 940 с.
7. Социологическая энциклопедия / под общ. ред. А.Н. Данилова. – Мн.: «Беларуская энциклапедыя», 2003. – 382 с.
8. Социальная работа: словарь-справочник / под ред. В.И. Филоненко. – М.: Контур, 1998. – 480 с.
9. Бурега В.В. Соціологія управління: навч. посібник / В.В. Бурега, О.В. Мазурик, Н.Ф. Селютіна. – Донецьк: Східний вид. дім, 2010. – 140 с.
10. Бабосов Е.М. Социология управления: учеб. пособие / Е.М. Бабосов. – Мн.: ТетраСистемс, 2000. – 288 с.
11. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / за заг. ред. В.І. Воловича. – К.: Центр духовн. культури, 1998. – 736 с.

12. Социология: энциклопедия /сост. Грицанов [и др.]. – Мн.: Кн. Дом, 2003. – 1312 с.
13. Социологический справочник /под общ. ред. В.И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – 382 с.
14. Социологический энциклопедический словарь / ред.-коорд. Г.В. Осипов. – М.: ИНФРА-М-НОРМА, 1998. – 488 с.
15. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учеб. пособие / Н.И. Кабушкин. – 2-е изд. испр. и доп. – М.: Остожье, 1999. – 336 с.
16. Амстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем /М. Амстронг. – Ростов н/Д.: Феникс, 1998. – 512 с.
17. Человек и общество: краткий энциклопедический словарь-справочник (политология) /отв ред. Ю.С. Борцов, науч. ред. И.Д. Коротец. – Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 608 с.
18. Политология: энциклопедический словарь / общ. ред. и сост. Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
19. Удальцова М.В. Социология управления: учеб. пособие / М.В. Удальцова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. – 144 с.

А.В. Худа

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Змістовне наповнення уявлень підлітків про працю в українському соціумі

Стратегії розвитку будь-якого суспільства безсумнівно пов'язані з молодими людьми, саме від яких залежить політичні, соціально-економічні й культурні перспективи окремої країни та світовий розвиток взагалі, оскільки молодь справедливо вважається найбільш енергійною і перетворювальною силою суспільства.

Незгасаючий інтерес соціології до проблематики підростаючих поколінь останнім часом пояснюється тим, що молодь за природою своєю забезпечує спадкоємність поколінь, самовідтворюваність суспільства. Молоде покоління розглядається науковцями як індикатор змін, що відбуваються, джерело оновлення та інновацій в суспільному поступі [1]. Від того, наскільки широко досліджений світ цінностей сучасної молоді, її установки, життєві плани, багато в чому залежить ефективність заходів, що розробляються, у сфері освіти, праці та зайнятості.

На самих різних етапах розвитку соціальної думки особливістю дослідження молодіжної тематики було прагнення знайти універсальні характеристики і визначення молоді, її індивідуальних і соціальних детермінант функціонування і розвитку. Теоретичне осмислення молоді як особливої соціальної групи в усі часи значною мірою залежало від конкретно історичної ситуації [2].

Генезис «молоді» як наукової категорії пройшов шлях від виділення окремих аспектів в соціально-педагогічних концепціях її виховання до створення самостійних теорій молодіжного віку. Багато сутнісних рис юнацтва було виділено в рамках соціально-філософських концепцій, що історично змінюють один одного.

Розвиток поняття «молодь» як визначення соціально-демографічної групи бере свій початок з кінця XVIII – початку XIX ст. До цього молодь як особлива соціальна група не визнавалася. Аж до кінця XIX ст. проблеми молоді розглядалися опосередковано, через проблеми розвитку особи, виховання громадянина історично конкретного суспільства, що знайшло наукову форму вираження у філо-

софії, педагогіці, психології епохи Відродження, Нового часу, Західній філософії XVII – XVIII ст. Актуалізація теоретичних досліджень молоді, створення самостійних концепцій віку припали на початок XX ст. і отримали розвиток в соціологічних теоріях молоді [3].

Визнання молоді як особливої соціальної групи мало під собою об'єктивну основу, під якою прийнято розуміти ті основні аспекти і відносини, які визначають функціонування, напрям змін і розвитку всіх інших сторін даного соціального утворення.

З'ясування того, як самі підлітки бачать своє життя та яким змістом вони наповнюють основні сфери життєдіяльності, в тому числі й працю, набуває особливого значення для майбутнього суспільства.

Виходячи з цього, у власному емпіричному дослідженні було прийняте рішення з'ясувати, які уявлення про працю існують у підростаючого покоління.

У ході проведення дослідження були виявлені суб'єктивні сенси, які вкладають в поняття «праця» підлітки з міста та передмістя Дніпропетровська.

Підлітки пов'язують необхідність праці із потребою у забезпеченні існування, отриманні грошей. Явно простежується зв'язок між досягненням бажаного та наполегливою працею. Підлітки вказали, що не обов'язково працювати тим, хто має гроші та отримав все, чого прагнув.

При цьому глибокого суб'єктивного сенсу праці у відповідях інформантів виявлено не було. Отримані стандартні варіанти, наприклад, «працелюбна людина завжди працює та ніколи не сидить на місці», свідчать, скоріше за все, про те, що необхідність докладати свідомих зусиль не пов'язується в уявленнях підлітків з можливістю реалізувати свої інтереси та здібності, займатись улюбленою справою. Також достатньо стереотипними були відповіді щодо того, що без праці неможливо нічого досягти чи отримати.

У процесі дослідження була підтверджена гіпотеза, що головна мета праці в уявленнях підлітків пов'язана із необхідністю заробляти (отримувати) гроші. У той же час не підтвердилося припущення щодо існування в уявленнях інформантів зв'язку між працею і самореалізацією. Також не було виявлено істотних відмінностей між думками хлопців і дівчат, що мешкають в місті та передмісті. Не зафіксовано і чіткої гендерної специфіки в уявленнях підлітків про працю.

Співставлення отриманих в процесі власного дослідження результатів з типологією стадій розвитку особистості дало змогу сформулювати припущення, що більшість інформантів не здійснили перехід від конформності до усвідомлення інтересів і прагнень власного «Я». Якщо подібна гіпотеза знайде своє підтвердження у подальших дослідженнях, це означатиме, що у 13-14-тирічних підлітків не відбулася ще інтерналізація правил та відсутні довгострокові, самостійно поставлені цілі та ідеали, диференційована самокритика та почуття відповідальності. Подібна ситуація не сприяє розвитку почуття відповідальності як за власну долю, так і за інших людей, перешкоджає формуванню понять про обов'язки, привілеї, права та справедливість.

Таким чином, дослідження характерних рис уявлень підлітків про працю,

можуть стати цінним джерелом інформації не тільки про індивідуальне особистісне становлення підростаючого покоління, але і про перспективи розвитку суспільних відносин в цілому.

Література:

1. Отчет по результатам социологического исследования «Качество жизни студентов ДНУ» / Авт. колл.: В.Г. Городяненко, А.В. Гилюн, А.М. Ячный, В.А. Бойко и др. – Д.: ДНУ им. Олесь Гончара, 2012. – 159 с.
2. Токарева Н.М. Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу: монографія / Н.М. Токарева, А.В. Шамне, Н.М. Макаренко. – Кривий Ріг: Т-во ВВП Інтерсервіс, 2014. – 312 с.
3. Підліток у великому місті: фактори та механізми соціалізації: Кол. монографія / за ред. Л.Г. Сокур'янської. – Х.: Вид. центр ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2000. – 207 с.

І.М. Гурко

Дніпропетровський національний університет імені Олесь Гончара (м. Дніпро)

Характерні риси соціальних мереж як простору комунікації молоді

Комунікаційне середовище мережі Інтернет як соціокультурний віртуальний простір наразі виступає одним із засобів задоволення потреб молоді у сфері спілкування, обміну ресурсами, самопрезентації особистості тощо. Проблеми віртуального спілкування лежать в межах міжособистісних стосунків, характеристика такого спілкування недостатньо вивчена і дослідження щодо цього питання мають бути продовжені. У віртуальному світі особистість «одягає маску», яка полегшує процес комунікації, знімає психологічні бар'єри, вивільняє творче «я». Унікальні можливості для самовираження дають такі інтерактивні форми спілкування в Інтернеті, як чати, форуми, різновиди електронної пошти, телеконференції і т.д. Їх щохвилинність також полегшує комунікацію, знімаючи тягар відповідальності за довгостроковість наслідків. Засоби віртуальної комунікації відрізняються від звичайних, хоча і копіюються з реального світу спілкування.

У комунікаційному середовищі Інтернету сильним боком спілкування вважаються вербальні засоби комунікації, а слабким – невербальні або візуальні. Інтернет є іншим від звичного для нас комунікаційного середовища, яке породжує нові ситуації та відносини. По-перше, специфіка спілкування визначається тим, що в Інтернеті відбувається зміна провідного сенсорного каналу на візуальний. По-друге, спілкування в Інтернеті проходить переважно у вербальній формі. По-третє, спрощується можливість прийняти нові соціальні ролі. При цьому форма взаємодії учасників спілкування може прямо транслюватися з реального життя, може частково змінюватися, а може і породжуватися абсолютно нова і незвична з точки зору сформованих звичок і традицій [1].

Соціальні мережі дають їх учасникам можливість самовираження і визнання своїх талантів незалежно від повсякденної діяльності цих індивідів та соціальних ролей, які вони відіграють в реальності. Сьогодні самовираження в Інтернеті шляхом завантаження власних відео, фото матеріалів, ведення блогів є простим та доступним способом бути почутим мільйонною аудиторією. Соціальні мережі стали

своєрідним арт-простором для демонстрації власних думок, поглядів, вмінь, навичок, хобі.

На нашу думку, за останні роки функціонал соціальних мереж розширився, тому до переліку основних функцій варто додати також «оцінюючу». Великою популярністю в соціальних мережах користується можливість «ставити лайки», тобто виражати свою позитивну оцінку певним цифровим чи текстовим матеріалам, розміщеним на сторінках учасників сайту. Також доречним буде вказати, що з розширенням контенту соціальних мереж, їх учасників, все актуальнішою стає фільтруюча функція, яка дозволяє учасника забороняти доступ до своїх сторінок небажаним користувачам чи об'єднанням, сортувати інформацію, яку вони бажають отримувати чи переглядати.

До типових характеристик соціальних мереж можна також віднести зберігання персональних даних анкет учасників та інформації про їх зв'язки; можливість встановлювати зв'язки типу «друг», «читач», «колега» і т.д., можливість розміщувати на сайті власне інформаційне наповнення (статті, коментарі), в тому числі мультимедійне (фотографії, музика, відео ролики), можливість обмінюватися миттєвими або майже миттєвими повідомленнями з іншими учасниками; можливість відслідковувати 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 (в тематичних блогах, групах), розширені функції, побудовані на зв'язках користувачів (наприклад, календар подій, зустрічей, Днів народження друзів і т.п.) та можливість створення міні-програм на основі стандартизованої відкритої мови розробки для інтеграції у функціонал соціальної мережі; ігрова складова, спрямована на розширення кола контактів користувача [2].

Таким чином, соціальні мережі, як один із нових та популярних засобів масової комунікації являє собою онлайн-сервіс чи веб-сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, обміну інформацією та об'єднанню за інтересами. Загалом, до основних функцій соціальних мереж відносяться: комунікативна, інформаційна, соціалізуюча, самоактуалізуюча, ідентифікаційна, функція формування ідентичності, розважальна, а, також, оцінююча. Існує багато підходів до класифікації соціальних мереж: за типом, відкритістю інформації, рівнем розвитку, географічним об'ємом і т.д.

Література:

1. Балымов И.Л. Представления студентов о человеке в Интернете и общении с ним / И.Л. Балымов // Изв. Росс. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. – СПб., 2007. – № 15: Аспирантские тетради: Науч. журн. – С. 245-248.
2. Винник В.Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу / В.Д. Винник / Философия науки. – 2012. – № 4. – С. 110-126.

А.С. Первухіна

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Характерні риси туристичних практик студентів (на прикладі м. Дніпро)

Сучасний світ вже важко уявити без туризму. Він розглядається міжнародними організаціями, планується національними урядами, обговорюється у засобах масової інформації тощо.

Без перебільшень можна стверджувати, що туризм сьогодні є не тільки практикою суспільного життя, а й чинником, що впливає на світовий розвиток. Туризм являє собою багатогранне соціокультурне явище, що породжене суспільним буттям, є одним з його проявів та виступає чинником значних соціокультурних перетворень [1].

Розвиток студентського туризму є однією з основних тенденцій туристської сфери. У той же час суттєві суперечності відтворення соціальної структури, способу життя, особливостей матеріальної та духовної культури молодого покоління багато в чому обумовлюють селективні і елітарні функції туризму в Україні. Існує думка, що для посилення ролі туризму у формуванні ціннісних орієнтацій студентської молоді необхідно цілеспрямовано розвивати такі напрямки як програми «Work and travel» (подорожей і праці за кордоном), організацію всіляких семінарів, конференцій, стажувань, в результаті яких молоді люди не тільки отримують важливий професійний досвід, знання за фахом, але і переймають цінності пост-індустріального глобального світу [2].

Представники турбізнесу багатьох країн усвідомлюють важливість туризму для студентської молоді. Для цього розробляються спеціальні «молодіжні» туристичні програми – спортивні, пригоспідницькі тощо; пропонуються спеціальні пакети турів або послуг зі знижками; з'являється все більше хостелів та інших бюджетних місць розміщення [4].

Туризм студентської молоді виступає інструментом передачі цінностей, моделей поведінки, тому що в процесі туристичної діяльності, відвідуючи інші регіони, країни, континенти, молоді люди вбирають інші норми поведінки, розширюють свій кругозір, намагаючись визначити позитивні і негативні моменти життєвого устрою інших народів, виявити ті цінності, які можливо адаптувати до української дійсності, і ті норми, які гальмують суспільний прогрес. Тому дуже важливо, щоб туризм став більш доступним для студентської молоді. Існує таке поняття як «соціальний туризм». З метою підтримки та розвитку соціального туризму, його більшої доступності для молоді та студентства держава повинна законодавчо передбачити ряд пільг для підприємств, закладів та громадян, що займаються розвитком соціального туризму. Лише створена в державі система соціального туризму на сучасному етапі здатна дати повноцінний туристський продукт, який би задовольняв потреби студентства та молоді у відпочинку, оздоровленні, пізнанні навколишнього світу [3].

У 2016 році в межах дипломної роботи автором було проведено розвідувальне дослідження, за результатами якого зроблені такі висновки: туризм займає значне місце у системі цінностей сучасних студентів, виступаючи засобом пізнання навколишнього світу, розширення світогляду, вивчення світу. Туризм – це один із способів проведення молоддю свого дозвілля, особливо студенти віддають перевагу проведенню часу в активній формі. Дуже маленька частина студентів подорожує з метою навчання, хоча в даний момент існує досить багато Міжнародних організацій, які пропонують різноманітні стажування для студентів. Сучасні студенти мало проінформовані про такі види організацій, а деякі зовсім про них не знають.

Більшість опитаних студентів не можуть дозволити собі подорожі й, , скоюють їх дуже рідко або не скоюють зовсім. Існують деякі знижки та пільги на студентський туризм, але українська молодь не проінформована щодо цього. Якщо ж молоді вдається вибратися відпочивати, вони воліють відпочивати один тиждень у літній сезон.

Отже, як вже було сказано раніше, державним і приватним організаціям слід зробити молодіжний туризм більш доступним для молоді, а студентам варто проявляти інтерес до різноманітних організацій, які пропонують стажування та навчання в межах України та за кордоном.

Література:

1. Двоєзерська В.С. Тенденції державного регулювання розвитку туризму і діяльності курортів в Україні / В.С. Двоєзерська // Держава та регіони. Сер. «Держ. управл.». – 2010. – № 1. – С. 20-24.
2. Донченко Л.М. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму / Л.М. Донченко, Н.П. Гостева // Держава та регіони. Сер. «Держ. управл.». – 2010. – № 1. – С. 37-42.
3. Становлення та розвиток студентських хостелів в Україні – важливий напрям молодіжного та дитячого туризму. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2004/3/20040319.html>.
4. Федулова Л.І. Інноваційні контури розвитку туризму / Л.І. Федулова // Актуал. пробл. економіки. – 2006. – № 2. – С. 137-147.

М.О. Сириця

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

**Довіра у сприйнятті мешканців м. Дніпро
(за результатами емпіричного дослідження)**

Сучасне українське суспільство, перебуваючи в умовах становлення демократії й адаптації до ринкових відносин, переживає процеси модернізації, соціальної трансформації в усіх сферах, насамперед – це зміни у сфері цінностей і соціальних інституцій. Для розвитку кожного суспільства особливого значення набуває система ціннісних орієнтацій, котрим віддають перевагу громадяни, адже від цього залежить зміст та особливості кожного з типів соціальних відносин, що склалися у певний період. Серед таких цінностей варто виокремити довіру [1]. Соціальні та політичні трансформації сучасного суспільства, взаємопроникнення і зіткнення різних культур зумовлюють високу соціальну релевантність досліджень довіри як явища, що лежить в основі мирного співіснування та співпраці людей.

Найчастіше соціологічний ракурс дослідження цього феномену в Україні зосереджується навколо аналізу довіри до соціальних інститутів низкою аналітичних установ – Інститутом соціології НАН України, Українським інститутом соціальних досліджень, соціологічною компанією «SOCIS» та центром «Соціальний моніторинг». Аналізуючи дані моніторингових досліджень, можна зафіксувати тенденції зміни довіри на макро-, мезо- та мікрорівні взаємодії, які в цілому свідчать про наявний дефіцит соціальної довіри, що може бути трактовано як ознака дисфункціональності соціальних інститутів [2].

На наш погляд, феномен довіри важко дослідити кількісною методологією (хоча її методи досить часто використовуються). Більш глибокі та важливі для пояснення цього явища дані можна отримати за допомогою якісних тактик, адже вони дають змогу зрозуміти природу довіри, визначити мотиви, латентні установки довірчої поведінки, оцінити вплив середовища, в яку включений індивід, концептуалізувати уявлення про довіру як соціальний феномен. Тому ми вирішили зосередити увагу на вивченні міжособистісної та інституціональної довіри в межах якісної парадигми. Авторське соціологічне дослідження на тему «Довіра у сприйнятті сучасних українців (на прикладі м. Дніпро)» було проведене у квітні-травні 2016 року методом напівформалізованого інтерв'ю (застосована теоретична вибірка, яка передбачає збір емпіричних даних до моменту теоретичного насичення, всього опитано 13 інформантів (7 жінок та 6 чоловіків). Метою дослідження було окреслити характер уявлень про довіру серед сучасних українців.

Спираючись на результати проведеного дослідження, ми можемо стверджувати, що різноманітність уявлень про довіру дає можливість визначити її як феномен, що набуває індивідуального сенсу через установки, досвід, конкретний час чи простір. З одного боку, довіра – універсальний постулат, що характеризується статичністю, а з іншого, довіра – це дія, яка є динамічною (відповідно до суспільних норм, індивідуального бачення, конкретної ситуації чи часу).

Відповідно до наративів, довіра є латентно присутньою у взаємодіях індиві-

дів, проявляється в якості безумовної та умовної характеристики. Безумовну, ми також, пропонуємо назвати перцептивною (чуттєвою), тобто такою, яка виникає на основі наших відчуттів, емоцій, станів. Умовна довіра – більш розповсюджене явище, виникає за збігу деяких обставин. Для неї завжди є логічно обґрунтовані причини та пояснення: наприклад: допомога в скрутній ситуації, отримання інформації про чесний вчинок іншої людини, перевірка часом та життєвими подіями.

Установки щодо довіри/недовіри в сучасному суспільстві виконують функцію певних протилежних імперативів. Один з них наголошує на тотальній недовірі до оточуючих та соціального середовища як потенційного поля виникнення ризиків. У цьому контексті недовіра – оптимальна стратегія уникнення небезпеки, розчарувань у взаємовідносинах та мінімізації наслідків негативних впливів. Інший імператив стосовно існування довіри у нашому суспільстві наголошує на її базовій ролі у взаємодіях індивідів як умови успішного функціонування суспільства та механізмів інтеграції.

Аналіз результатів власного дослідження також дав нам змогу визначити соціально-демографічну специфіку рівня довіри/недовіри, за яким більшим рівнем недовіри характеризуються представники старшого покоління, що може бути пояснено їх соціальним та життєвим досвідом, широкою мережею особистих зв'язків, комунікативною компетентністю. Особистий досвід переважно відіграє головну роль при визначенні стосунків довіри/недовіри, так як інформанти схильні довіряти лише тим, з ким вони мали власний позитивний досвід взаємодії, причому здебільшого цей досвід повинен бути не короткотривалим, а пролонгованим, щоб довести інформанту всю серйозність та відповідальність іншої людини та її намірів.

Згадуючи довіру в українському суспільстві, звернемо увагу на наступну систему факторів, що впливають на формування довірчих стосунків. До неї необхідно віднести – зовнішній вигляд чи професіональну зайнятість індивіда, частіше за все – позитивні риси й духовні цінності людини, відсутність брехні, ситуації взаємодії, які можуть викликати у інформантів почуття довіри до оточуючих, вчинки індивідів, життєвий досвід, високоморальні чесноти, сталі принципи індивідів, моделі їх поведінки у скрутних ситуаціях, виконання обіцянок, послідовність та передбачуваність у діях, надійність та стабільність у стосунках.

У результаті проведеного дослідження ми виявили, що інституційний рівень майже не розглядається в якості об'єктів довіри. Негативно характеризуються такі види інституцій як ЗМІ, політична сфера, правоохоронні органи, армія, маркетингові організації.

Також, ми зафіксували зв'язок міжособистісного рівня та макрорівня культури довіри: умови нестійкості людських взаємовідносин призводять до втрати відчуття безпеки, вимагають жити почуттям присутності постійного ризику, невпевненості у собі та інших, тобто, до зниження безумовного рівня довіри. і в кінці кінців, до атомізації індивідів, зникненні міцних інтерактивних зв'язків та, як наслідок – тотальній самотності індивідів у сучасному суспільстві, яке все частіше починає розглядатися як поле конкурентної боротьби, в категоріях ризику, страху,

нестійкості та мінливості.

Таким чином, результати дослідження показали, що довіра як міжособистісний феномен в сучасному суспільстві сприймається як рухливий неоднозначний комплекс самовідчуттів, покликаний врегульовувати процеси комунікації та міжособистісної взаємодії. Тому досить важливим постає питання щодо розробки комплексних підходів до з'ясування та пояснення стратегій укріплення довіри в різноманітних сферах суспільства (економічній, політичній, соціокультурній), в яких довіра виступає ціннісною основою будь-якої соціальної взаємодії.

Література:

1. Андрущенко Г. Розвиток соціологічної думки щодо вивчення поняття «довіра» / Г. Андрущенко // Український соціум. – 2009. – № 4 (31). – С. 7-15.
2. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред. В. Ворона, М. Шульга. – Вип. 2 (16). – К.: Ін-т соціології НАН України, 2015. – 780 с.
3. Погорелий С. Феномен довіри у зарубіжних і вітчизняних дослідженнях: генезис та сучасний стан наукової теорії / С. Погорелий // Теорія та практика держ. управл. – 2008. – Вип. 1 (24). – С. 1-8.
4. Кожем'якіна О. Довіра в сучасному соціумі / О. Кожем'якіна // Вісн. Ін-ту економіки та прогнозування. – 2011. – С. 48-53.

А.С. Чередниченко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Материнство в контексті уявлень про самореалізацію молодих мешканок м. Дніпро

В умовах суспільної невизначеності, яку спостерігаємо зараз в Україні, вступають у силу нові критерії розвитку особистості й суспільства загалом, формується інше, більш уважне, але й вимогливіше ставлення до особистості, нове розуміння самореалізації, в тому числі і в сфері материнства.

Сучасне материнство, як вважають дослідники, існує в системі цінностей і викликів сучасної культури, воно переживає кризу традиційного материнства, що виражається в деприваційних процесах, девіантному, самотньому материнстві, неповній сім'ї [1].

Водночас сучасні ідеали материнства є доволі складними та відображають суперечливі та іноді майже нездійснені вимоги до жінки, ускладнюючі її самореалізацію у материнській ролі. Ідеал матері є складовою частиною культурних моделей родини та гендерних стереотипів. Рольовий ідеал матері – це уявлення, які існують в суспільній та індивідуальній свідомості про успішне виконання ролі. Рольовий ідеал матері є культурним зразком, взірцем, що привласнюється особистістю в ході її онтогенезу.

Самореалізація у материнській ролі, яка є гендерним явищем, пов'язана із опредметненням материнського ідеалу. Сучасні ідеали материнства є доволі складними та відображають суперечливі та, іноді, майже нездійснені вимоги до жінки [2].

Структурними компонентами самореалізації жінки є ціннісно-смісловий і

просторово-часовий. Критеріями ціннісно-сміслового компоненту виступає ціннісна насиченість діяльності, наявність осмисленості життя, спрямованість особистості. Критеріями просторово-часового компоненту виступає суб'єктна активність і результативність діяльності.

Ціннісно-мотиваційна сфера жінки змінюється в кожний період її життя, що веде до зміни обраного колись стилю самореалізації. Однією з детермінант успішної самореалізації жінок є особистісна рефлексія, яка розглядається як інтегративне утворення, що дозволяє жінці досягти успішної самореалізації у професійній діяльності. Структурними компонентами особистісної рефлексії, що дозволяють жінці здійснювати професійну діяльність на високому творчому рівні, є когнітивний (суб'єктна активність, сформованість образу «Я», гармонійне поєднання Я-реального і Я-ідеального успішної жінки), оцінний (позитивне самоприйняття, задоволеність собою і зовнішнім змістом власної життєдіяльності) і конативний (сформованість прийомів і способів рефлексії, навичок планування діяльності) [3].

Самореалізація жінки у ролі матері відбувається через рух від неструктурованих, хаотичних уявлень про ідеали материнства та про себе у ролі матері до не суперечливої рольової Я-концепції та активного створення свого материнства. Материнству в умовах сучасного українського суспільства притаманна своя специфіка – його реалізація відбувається як в традиційних, так і в нетипових формах.

Базуючись на викладених вище тезах, навесні 2016 року ми провели власне емпіричне дослідження, спрямоване на вивчення суб'єктивного сенсу самореалізації і місця в ній материнства серед різних категорій мешканок м. Дніпро в залежності від їх віку.

Дослідження носило розвідувальний характер, оскільки в центрі нашого аналізу опинилася невелика кількість представників однієї соціокультурної групи – жінок, вік яких був розподілений за наступними інтервалами: молодша група – 18-35 років, середня – 36-55 років, старша вікова група – 56 і вище років. Нас цікавив особистий рівень смислового значення самореалізації і материнської ролі, а також суб'єктивні переживання щодо материнства у жінок, які мають дітей. Опитування було проведене методом інтерв'ю (N=10).

За підсумками нашого дослідження була підтверджена думка, що фактично сьогодні в сучасній Україні існує три основні соціально-психологічні типи материнства, які можна позначити як феміністський, традиційно-ціннісний і компромісний [4].

Перший з зазначених типів – феміністський, припускає усвідомлену відмову жінки від виконання нею ролі матері. Головними причинами цього наші інформанти назвали «проблеми зі здоров'ям» (що можна вважати цілком об'єктивним фактором, незалежним від свідомого вибору жінки), а також «бажання зробити кар'єру», що вже може виступати як фактор свідомий, який, з погляду сучасних українських матерів, має серйозні підстави для відмови від батьківства. При цьому народження і виховання дітей розглядається як тяжкий тягар, що покладений на жінку і багато в чому перешкоджає реалізації професійного і творчого потенціалу. Такий тип зустрічається дуже рідко і, скоріше, є винятком, характерним для

молодшого покоління жінок (18-35 років).

Другий тип – традиційно-ціннісний – ґрунтується на властивому українській культурі традиційному ставленні до материнства як найважливішої духовно-моральної цінності для самої жінки і усього суспільства. У цьому сенсі материнство розуміється не лише як вираження головного покликання жінки, що набагато перевищує будь-які її професійні успіхи, але і її призначення на землі. Такий тип більш характерний для старшого покоління жінок (55 років і більше), у відповідях яких простежується тенденція ототожнення понять «жінка» і «матір», «материнство» і «самореалізація», тобто жінці для того, щоб реалізуватися необхідно, в першу чергу, стати матір'ю.

Третій тип, найбільш представлений за результатами нашого дослідження, демонструє прагнення до компромісного поєднання материнських мотивів з кар'єрною самореалізацією. Цей тип більш характерний для середньовікової категорії жінок (36-45 років), які на своєму суб'єктивному досвіді мають можливість довести, що ці поняття взаємодоповнюють. Материнство для них виступає не в якості перешкоди кар'єрі, а як ще один життєвий «проект», над вдалою реалізацією якого неодмінно потрібно плідно «працювати». Такі жінки у своїх відповідях наголошують на поєднанні професійного покликання і позиції матері. Проте, не можна не визнати, що одночасна зайнятість жінки у сфері сім'ї та професії накладає на неї подвійний тягар відповідальності.

Інформантки середнього віку відзначили складність у намаганні поєднувати роботу і материнство. Саме у віці від 30 до 40 років жінки активно намагаються реалізувати себе не лише як матір, а й як фахівця у певній професійній діяльності. Для жінок після 50 років характерний пріоритет народження і виховання дитини, кар'єра для них не досить суттєва.

Отже, материнство та професійна кар'єра – дві важливі й тісно пов'язані сфери життя жінки. Поруч із цим, сучасні українські жінки відчують потребу реалізуватися поза межами сім'ї.

Розглядаючи чинники, які обумовлюють нове розуміння материнства та створюють новий контекст для його розгортання, можна наголошувати на тому, що наразі в Україні відбувається переосмислення ролей жінки й чоловіка в суспільстві, а точніше – створення егалітарних принципів рівності. Егалітарна концепція виходить з того, що жінка й чоловік – рівні як особистості, і тому повинні мати в суспільстві однакові можливості для свого розвитку та самореалізації.

Література:

1. Якісні зміни материнства. – Режим доступу: <http://www.polit.ua/research/2006/01/20/demoscope229.html>.
2. Попова Л. Б. Проблемы самореализации одаренных женщин / Л. Б. Попова // Вопр. психологии. – 1996. – № 2. – С. 31-40.
3. Голод С.И. Сексуальность, гендер, семья: социологическая интерпретация / С.И. Голод // Человек. – 2004. – № 4. – С. 113-123.
4. Лук'яненко І. Психологічна готовність до материнства / І. Лук'яненко, М. Бояну // Пробл. освіти. – К., 2013. – Вип. 30. – С. 292-301.

О.В. Шевцова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Образ «модної людини» у сучасному українському медіа-просторі

Що являє собою сучасна мода? Таке питання періодично виникає у моїх думках. Класики соціологічної науки говорять про те, що мода є наслідуванням [5], слідування моді – це втрата індивідуальності [3], мода стає модою лише тоді, коли отримує таке маркування зі сторони авторитетів думки [2]. Погляди вчених сходяться у спільній точці – особа, яка прагне бути модною, робить свій вибір не самостійно, проявляє не свою індивідуальність. Мода уніфікує суспільство, й смак людині приписується системою.

Необхідно взяти до уваги, що сучасне суспільство визначається як інформаційне [1]. Такий тип суспільства є закономірним етапом у розвитку сучасного соціуму, в якому реалізується розвиток та конвергенція телекомунікацій, присутнє значне зростання впливу ЗМІ й відбувається формування єдиного глобального суспільства [4]. Взаємовідносини людей все більше й більше визначаються інформаційним середовищем. Значимість інформації у житті сучасної людини й якісно нові технологічні можливості обумовили тенденції формування єдиного медіа-простору, у якому суспільство стає все більш медіа-орієнтованим, тобто схильним сприймати реальну дійсність через призму бачення ЗМІ.

У сьогоденні пізнання реального світу в значному степені відбувається завдяки переживанню індивідом певних медіа-образів, оскільки ЗМІ здійснюють соціальне перетворення реальності, репрезентують її у більш прийнятному для суспільства вигляді. У результаті цієї діяльності відбувається процес сприйняття індивідами культурних цінностей та установок сучасного суспільства, серед яких присутня й мода. Як наслідок, в свідомості членів соціуму конструюється певний культурний еталон, якому повинна відповідати сучасна людина. Тож, цікавим є дослідження того, який саме образ модної людини циркулює в українському медіа-просторі.

На основі аналізу глянцевого журналу українського видавництва «Cosmopolitan» та «Men's Health» ми визначили наступні маркери, що допоможуть нам зрозуміти, якою саме на думку авторів журналів повинна бути сучасна людина, аби називатися «модною».

По-перше, можемо виділити чотири домінуючі цінності: здоров'я – 23,8%, краса – 21,4%, саморозвиток – 15,9% та кар'єра – 11,9%. Присутність у житті людини сім'ї та дітей майже не позначається в якості модних атрибутів. Також цікавим, на нашу думку, є той факт, що цінність грошей не має високої представленості, хоча таку має цінність кар'єри, з чого можемо припустити, що кар'єра для модної людини не виступає у якості способу досягнення матеріального достатку, а, скоріш, грає роль способу саморозвитку.

По-друге, лідируючим способом проведення дозвілля є подорожі – 41,2 %, не набагато менше отримали заняття спортом – 32,4%. Також відмічається такі види діяльності, як активний відпочинок – 11,8%, відвідування театрів, виставок –

8,8%, перегляд фільмів – 5,9%. Значної різниці між тим, який вид проведення вільного часу позначається маркером «модний» у чоловічих та жіночих журналах, ми не зафіксували.

Проаналізувавши журнали, ми виокремили також домінуючі стилі музики, що вважаються в українському суспільстві модними. Такими стилями є: електронна музика – 25,4%, інструментальна музика – 20,9%. Також позначку модності, але в меншій долі, отримали такі музичні напрямки: ритм-н-блюз – 13,4%, класична музика – 10,9%, джаз – 10,4%, поп-музика – 7,5%, рок і хіп-хоп – по 6% відповідно.

Певна картина світу, стилі поведінки, способи світосприйняття індивідами також створюються через перегляд фільмів та серіалів. Цікавим є визначення, які ж саме картини необхідно переглянути задля того, щоб бути модним в українському суспільстві. Домінуючими жанрами фільмів та серіалів, котрі вважаються модними в Україні, є інтелектуальні – 37% та історичні – 29,6% (наприклад, «Теорія Великого Вибуху», «Шерлок», «Абатство Даунтон» та інші). Також статус модних приписується таким жанрам фільмів та серіалів, як екшн – 11,1%, мелодрама – 7,4%, драма – 7,4%, комедії – 3,7%, фантастика – 3,7%.

Наступною категорією, яку ми виокремили у якості складової образу модної людини, є вподобання у харчуванні, а саме – вибір страв певної кухні. У проаналізованих журналах ми зафіксували три напрямки у харчуванні – це середземноморська кухня – 47,8%, японська – 17,4% та просто здоровий тип харчування без зазначення конкретної кухні – 34,8%. Доволі високий відсоток згадувань здорового харчування є, на нашу думку, підтвердженням зазначеної вище важливості цінності здоров'я для образу «модної» людини.

Серед задач, поставлених нами у дослідженні, було з'ясування віку та типу статури, які є бажаними для «модного» образу. З наданої в журналах текстової інформації ми таких даних не отримали, але проаналізувавши представлені фото, можемо зробити припущення, що бажаним віком є 20-30 років. Щодо статури людини, то це – струнке та спортивне тіло (зазначені характеристики представлені практично у рівних долях). Але у випусках 2016 року ми можемо побачити тенденцію до позначення «модною» статури тіла розміру «plus size».

Таким чином, на сьогоднішній день ми зафіксували певний набір характеристик, який повинна синтезувати у собі людина для того, щоб бути «у тренді». Як довго такий образ буде актуальним? У цьому випадку можна лише висувати гіпотези щодо того, якою «примхлива пані» мода буде завтра. Проте соціологічний аналіз дає змогу припустити, що у постмодерному суспільстві тенденції будуть розвиватись у напрямку плюралізації можливих визначень модної людини.

Література:

1. Атаманов Г. Информационная безопасность: сущность и содержание / Г. Атаманов. – Режим доступа: http://gatamanov.blogspot.ru/2014/03/blog-post_6382.html.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/philosoph/ baudrillard-le-systeme-des-objets-8l.pdf>.
3. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – Режим доступа: <http://socioline.ru/pages/t-veblen-teoriya-prazdnogo-klassa>.

4. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Markuze.
5. Спенсер Г. Принципы социологии / Г. Спенсер. – Режим доступа: http://www.newlibrary.ru/book/spenser_gerbert/principy_sociologii.html.

СЕКЦІЯ 2 СОЦІОКУЛЬТУРНІ МОДУСИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА: ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

Т.Г. Єрмакова

Дніпродзержинський державний технічний університет (м. Кам'янське)

Графіті як різновид соціальної девіації

Інтенсивні перетворення в усіх сферах суспільного життя сучасного суспільства спричиняють швидку зміну соціальних норм, руйнування усталених стереотипів, появу нових моделей поведінки, адекватних новим умовам. Однією з актуальних проєкцій соціологічного пізнання соціальної реальності є усвідомлення сутності вчинків та оцінка поведінки, які можуть бути віднесені до девіацій, стосовно їхньої відповідності або невідповідності соціальним очікуванням.

Графіті є оригінальною формою виявлення поведінки, яка оцінюється багатьма вченими як девіантна. Проте зазначене явище не є однорідним у своїх виявах – воно виконує множину функцій, іноді протилежних за вектором впливу. Поява його нових форм вимагає узагальнення результатів дослідницьких пошуків у цьому напрямку та наукового осмислення змін зазначеного феномену в умовах сьогодення.

Окремі аспекти графіті досліджувалися багатьма зарубіжними і вітчизняними вченими у різних галузях наукового знання. Основними питаннями, які висвітлювались у їхніх працях, є вікові, гендерні, статусні характеристики авторів графіті (Р. Лашман, М. Кокорев, М. Міллер), розповсюдженість цього явища (Р. Мейбі, Л. Райн, Л. Уллман), окремі особистісні властивості рейтерів (Х. Соломон, Х. Ягер, М. Шварц, Дж. Довідіо). Серед праць вітчизняних дослідників феномену графіті переважають публікації історико-етнографічного характеру (А.О. Мединцева, С.О. Висоцький). Соціологічні дослідження графіті як продукту неінституціональної діяльності суб'єкта, який має певні особистісні властивості, проводили І.П. Башкатов, О.І. Белкін, Т.С. Стрелкова, Ю.О. Клейберг, О.М. Розлуцький, В.М. Руденко, Т.Б. Щепанська.

Множинність інтерпретацій та зміни у тлумаченні поняття «графіті» зумовлені розвитком самого феномену (збагаченням змісту та засобів зображення, мотивів графіті-повідомлень, розмаїттям місць зображень); специфікою кожної окремої наукової галузі, у межах якої вивчається графіті; трансформацією самого наукового знання, виникненням нових методологічних підходів до осмислення цього явища.

Перше дослідження графіті належить італійцю Антоніо Бозіо, у праці якого («Римські катакомби»), написаній у 1593 р., міститься систематичне викладення офіційних та неофіційних написів у катакомбах Рима. Проте Бозіо не використовував термін «графіті». Походження терміну (від італ. graffiti, graffito – нашкрябаний, накреслений), який спочатку означав «стародавні написи, головним чином побутового характеру, малюнки на стінах будинків та посуді» [13, с. 221], пов'язують з дослідженням італійськими вченими написів на розкопках міста Помпеї у 1779 р. Археологічні дослідження графіті проводились також на територіях стародавніх цивілізацій середньовічних держав (Стародавній Єгипет, Антична Греція, Римська імперія та ін.). Перші соціальні практики використання графіті були пов'язані з його магічно-прагматичним призначенням: неінституціональні написи і малюнки розглядались, передусім, як засіб впливу на події і позначення належності предметів [2, с. 146]. На початку ХХ ст. до вивчення цього феномену звертаються етнографи і лінгвісти, які розглядають графіті як явище фольклорної мови, притаманної певним шарам суспільства. Для цього періоду досліджень характерні накопичення та опис фактів і відсутність фундаментальних теорій [16, с. 19]. Однією з перших спроб опису і систематизації графіті є праця, опублікована під псевдонімом Nurlo-Trumbo у 1931 р., яка являла собою онтологію написів, зібраних на будинках та інших місцях Лондона. У 1935 р. американський лінгвіст Рід проаналізував зміни у значенні слів у написах, зібраних ним у громадських місцях.

У психологічній науці систематичне вивчення графіті починається з другої половини ХХ ст. Спочатку акт написання графіті розглядався як звільнення імпульсів придушеного безсвідомого, вияв архаїчних реакцій людини. Низка вчених дотримуються цієї точки зору і сьогодні, вважаючи, що графіті являє собою аналог філогенетично ранніх поведінкових реакцій, властивих тваринам (наприклад, позначка території) [9, с. 172]. В сучасній психології велика кількість досліджень присвячена вивченню феномену графіті з позицій психодинамічної теорії, в якій це явище інтерпретується як опосередковані культурою соціальні механізми задоволення безсвідомих потягів людини, прагнення до подолання соціального табу, поряд з мистецтвом, релігією і таке інше. У річищі біхевіоризму графіті розглядається як наслідок дії механізмів наслідування та соціального наuczіння. Гештальтпсихологи вважають, що спонукальними мотивами графіті є невідреаговані у минулому емоції та почуття. З позицій некласичної психології графіті інтерпретується як засіб особистісного і групового самовираження і самоактуалізації, який сприяє розкриттю творчого потенціалу індивідів. Психологічні дослідження, спрямовані на вивчення особистісних рис, як чинників, що спонукають райтерів до діяльності, виявили більшу вираженість авторитарності, креативності та екстернальності, ніж у тих, хто ніколи не робив спроб у цій діяльності. Гіпотези, які висувуються у межах соціально-психологічного підходу, припускають обумовленість графіті культурними процесами, потребою звільненні агресії та в особистісному самоствердженні. Існує також переконання щодо зумовленості графіті з боку культурних аттитюдів і

конфліктів. О. Разлуцький, наприклад, вважає, що створення графіті детермінується можливістю виразити свій протест проти соціальної реальності, прагненням до самоствердження, потребою у знятті психічної напруженості та негативних емоцій [8, с. 39].

Соціологічні дослідження графіті спрямовані на вивчення соціально-статусних, вікових, гендерних характеристик райтерів, а також особливостей співтовариств авторів графіті. Цікавими є також праці, присвячені зіставленню графіті у різних культурах. Дослідники переконані, що графіті відбивають не тільки індивідуальні особистісні властивості авторів зображень, але й суспільні цінності і відносини, природу суспільства, яке їх продукує, найгостріші соціальні проблеми [15]. Низка досліджень доводить зв'язок створення графіті з соціальною взаємодією індивідів, наголошуючи, що цей феномен є субкультурним елементом, який знаходиться в опозиції до домінуючої культури. Графіті тлумачиться в соціології як різновид молодіжного вандалізму [6, с. 147], оригінальна форма вияву девіантної поведінки серед підлітків та молоді [5, с. 18]; як засіб виявлення соціальної активності молоді [1, с. 142]; засіб самореалізації молоді, який розкриває її адаптивні можливості та прагнення [12, с. 7]; як частина процесу соціалізації підлітків та молоді [4, с. 102]; як засіб конструювання певної соціокультурної реальності (психосеміотичної системи, що формує свідомість індивідів, які потрапляють у сферу її впливу) [3, с. 6].

На нашу думку, синтез наукових уявлень стосовно графіті, які наявні у різних царинах знання, дає можливість стверджувати, що це поняття об'єднує широкий спектр явищ, які являють собою результат дій, неоднозначних за спонукальними мотивами, соціальними наслідками та особистісною значущістю для райтерів. Оскільки графіті наносять значний фінансовий і соціальний збиток міському середовищу, його можна класифікувати як різновид вандалістичної поведінки. Проте, згідно з даними досліджень, у порівнянні з іншими видами вандалізму графіті сприймаються мешканцями міст як менш негативне явище [2, с. 150].

Графіті мають і позитивні соціальні функції, тому що являють собою різновид комунікації, вільної від суспільних обмежень у силу своєї анонімності, та є засобом вираження настанов, конфліктів і проблем, у більшості своїй придушених та прихованих [11, с. 160]. Разом з тим графіті спричиняють появу нових явищ у повсякденному житті, таких як, наприклад, виникнення графіті-стилю оформлення інтер'єру приміщень, проведення конкурсів творчих робіт «живе графіті» [10], включення майстер-класу для любителів графіті до екскурсійної програми тощо.

Література:

1. Башкатов И.П. Характеристики молодежно-подросткового граффити / И.П. Башкатов, Т.С. Стрелкова // Социол. исслед. – 2006. – № 11. – С. 141-145.
2. Белкин А.И. История становления, развития и современное состояние проблемы граффити в зарубежной и отечественной психологической науке / А.И. Белкин // История отечественной и мировой психологической мысли: Постигая прошлое, понимать настоящее, предвидеть будущее: Материалы междунар. конф. по истории психологии «IV московские встречи», 26-29 июня 2006 г. / Отв. ред. Журавлев А.Л., Кольцова В.А., Олейник Ю.Н. – М.: Ин-т психологии РАН, 2006. – С. 145-151.

3. Белкин А.И. Социально-психологический анализ граффити (На материале неинституциональных надписей и рисунков учебных заведений г. Самары): дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – Самара, 2003. – 299 с.
4. Бочарова О. Минитекст молодежных граффити / Бочарова О., Щукин Я. // Искусство кино. – 1997. – С. 100-109.
5. Ватова Л.С. Социально-психологические основания молодежного вандализма и его профилактика / Л.С. Ватова. – М.: Нар. образ., 2007. – 298 с.
6. Клейберг Ю.А. Девиантное поведение в вопросах и ответах: учеб. пособие для вузов / Ю.А. Клейберг. – М.: Моск. психол.-соц. ин-т, 2006. – 304 с.
7. Новая газета. – Режим доступа: http://www.novayagazeta.ru/data/2010/the_new_york_times06/13.html.
8. Разлуцкий А. Чаше красьте заборы / А. Разлуцкий // НаркоNET. – 2001. – № 1. – С. 38-39.

О.В. Панькова

Інститут економіки промисловості НАН України (м. Київ)

**Законодавче забезпечення волонтерської діяльності в Україні:
проблеми та шляхи розв'язання**

Події Революції гідності та період військової агресії на Сході країни показали, що українські державні структури за багатьма напрямками продемонстрували власну низьку результативність і в багатьох випадках неспроможність розв'язати нагальні проблеми, які постали перед країною, регіонами та громадянами. Зараз країна знаходиться в ситуації нестачі внутрішніх і зовнішніх ресурсів – територіальних, людських, трудових, економічних, фінансових, особистісних тощо. Тому саме в цей час надзвичайно актуалізується проблема мобілізації внутрішніх ресурсів країни і її регіонів для забезпечення самозахисту і безпеки, залучення соціальних ресурсів громадянської участі і самоорганізації. Волонтерський рух стає проявом такої мобілізації, конструктивної самоорганізації активної частини населення, спрямованої на вирішення найгостріших проблем сьогодення. Особливої актуальності набуває розвиток волонтерства в контексті забезпечення процесів стабілізації і соціальної самоорганізації в суспільстві ризику. Прийняття ризику (виклик) включає визнання ризику як переваги змін над стабільністю (стосовно скрутних обставин). Зміни розглядаються як норма життя і складова мотивуючої можливості для особистісного росту. В основі прийняття ризику лежить ідея розвитку через активне засвоєння знань з досвіду і подальше їх використання. Волонтерська діяльність у цьому контексті, з одного боку, забезпечує зміни, а з другого – формує абсолютно новий досвід, зокрема і спілкування, сприяє розширенню контактів, навчає враховувати думки інших. При цьому волонтер, як людина, що розглядає життя з точки зору набуття досвіду, готовий діяти за відсутності надійних гарантій успіху, на свій страх і ризик, часто зневажаючи комфорт і безпеку.

На протязі всього часу незалежності України нормативно-правова база здійснення волонтерської діяльності залишалась на дуже низькому рівні. Проривом став 2011 рік, коли було прийнято Закон України «Про волонтерську діяльність»

[1]. Однак, оскільки головною метою було врегулювання використання волонтерів при проведенні в Україні заходів фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012», цей закон не призвів до суттєвих змін у захисті прав волонтерів.

Ставлення до волонтерів з боку держави і суспільства різко змінилося після подій Революції гідності та в період розгортання воєнного конфлікту на Сході України. Визнання внеску і потенціалу волонтерської активності призвело до активізації діяльності із адаптації законодавства до умов, що склалися, із вирішення проблем законодавчого забезпечення у цій сфері. Серед ключових змін у законодавстві щодо волонтерської діяльності за 2015 рік, безумовно, слід відзначити Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності» [2]. Найсуттєвішими у цьому законі є зміни до Закону України «Про волонтерську діяльність», якими конкретизуються функції та повноваження органів виконавчої влади щодо державної політики у сфері волонтерської діяльності, а також норми стосовно правового та соціального захисту волонтерів. Також позитивним є прийняття Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування неприбуткових організацій» від 17 липня 2015 року №652-VIII [3], яким врегульовано низку питань статусу та оподаткування неприбуткової організації (зокрема щодо податку на прибуток).

На впорядкування процесу здійснення волонтерської діяльності і надання волонтерської допомоги спрямовано низку постанов Кабінету Міністрів України: постанова «Про затвердження Порядку надання гуманітарної та іншої допомоги населенню Донецької та Луганської областей» від 30 січня 2015 р. № 21, постанова «Про затвердження Порядку надання волонтерської допомоги за окремими напрямками волонтерської діяльності» від 5 серпня 2015 р. № 556.

Одним з позитивних і важливих з точки зору соціального захисту волонтерів, що надають допомогу у зоні АТО, є надання статусу інвалідів війни особам «які добровільно забезпечували (або добровільно залучалися до забезпечення) проведення антитерористичної операції (у тому числі здійснювали волонтерську діяльність) та стали інвалідами внаслідок поранення, контузії або каліцтва, одержаних під час забезпечення проведення антитерористичної операції (у тому числі волонтерської діяльності), перебуваючи безпосередньо в районах антитерористичної операції у період її проведення»[4]. Цій меті слугує прийнята у виконання зазначеного Закону України постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання виплати одноразової грошової допомоги у разі загибелі (смерті) або інвалідності волонтера внаслідок поранення (контузії, травми або каліцтва), отриманого під час надання волонтерської допомоги в районі проведення антитерористичної операції, бойових дій та збройного конфлікту» від 19 серпня 2015 р. № 604 [5]. Це, безумовно, є справедливим (хоча і недостатнім) визнанням заслуг волонтерів, багато з яких ціною власного здоров'я і постійно ризикуючи життям допомагали і продовжують допомагати військовим підрозділам на найгарячіших ділянках військового протистояння.

Однак, існує низка проблем у сфері законодавчого забезпечення волонтерсь-

кої діяльності, які викликають закономірну критику з боку юристів, самих волонтерів, громадськості (див., наприклад: [6]). Так, явно не виконують свою функцію інформування про суб'єктів волонтерської діяльності та контролю за їх діяльністю реєстри, до яких мають бути включені волонтери та волонтерські організації. Так, давно не оновлюється Єдиний реєстр волонтерських організацій, який веде Міністерство соціальної політики України [7]. На сайті Державної фіскальної служби України (<http://sfs.gov.ua/>) відсутнє посилання на Реєстр волонтерів анти-терористичної операції. Умовою потрапляння під умови оподаткування неприбуткових організацій є включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій [8]. Відсутність санкцій за неподання відомостей для включення до зазначених реєстрів та реальних переваг від перебування у них призводить до того, що багато волонтерів та волонтерських організацій ігнорують відповідні вимоги законодавства. Слід зазначити, що органи виконавчої влади, відповідальні за ведення вищезазначених реєстрів також не приділяють достатньої уваги виконанню положень законодавства щодо їх ведення та оприлюднення.

Крім того, протягом всього періоду активності волонтерських структур з початку Революції гідності залишається актуальним знаходження компромісу між обов'язком волонтерів і волонтерських організацій звітувати за отримані кошти, виконувати інші законодавчі вимоги до їх діяльності та напруженим режимом роботи провідних їх представників, який не дає можливості вести таку звітність (що виводить діяльність багатьох волонтерів, які роблять неоціненний внесок у вирішення найнагальніших проблем, за межі правового поля) (див., наприклад: [9]).

Недостатність конструктивних кроків з боку народних депутатів та центральних органів виконавчої влади для вирішення проблем законодавчого забезпечення волонтерської діяльності, неефективна робота спільних органів і робочих груп державних та волонтерських структур призводить до того, що волонтери уникають проблемних правових норм та пробілів у законодавстві шляхом їх ігнорування, а дії та пропозиції чиновників та депутатів із вирішення цих проблем не завжди достатньо враховують позицію волонтерів.

Для розкриття можливостей волонтерського руху у забезпеченні розвитку України, її регіонів, для спасіння людського потенціалу нації доцільною є реалізація комплексу заходів за такими напрямками:

а) для подальшого розвитку законодавчих та інституційних засад волонтерської діяльності необхідно:

- удосконалити чинну нормативно-правову базу у сфері громадянського суспільства, яка формувалася, в основному, при відсутності існуючих надзвичайних обставин, тому не завжди враховує реалії і часом перешкоджає вирішенню волонтерами актуальних проблем;

- внести зміни у зміст прийнятого 5 березня 2015 року Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності» (№ 246-VIII), які регламентують і спрощують операції із завезення волонтерами із-за кордону засобів захисту, зброї та спорядження, автомобільної техніки для зони АТО;

- сформувати за участю інститутів громадянського суспільства при відділі комунікацій з громадськістю Департаменту інформації та комунікацій з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів України консультативно-дорадчий орган – Раду із розвитку волонтерської діяльності, до функцій якої має входити аналіз пропозицій волонтерів щодо змін до нормативної бази, що регулює волонтерську діяльність;

- розробити процедури взяття на баланс матеріальних цінностей, переданих волонтерами, із прозорим загальнодоступним контролем через інформаційні системи несекретних позицій;

- сприяти створенню інформаційно-комунікативної інфраструктури розвитку волонтерського руху (регіональні ресурсні центри, спільні проекти з навчання та обміну досвідом із авторитетними закордонними волонтерськими рухами, інформаційно-комунікативні площадки в мережі Інтернет, інформаційно-комунікативні системи зворотного зв'язку у тріаді «суспільство-волонтери-влада».

- Міністерству соціальної політики України: розробити систему координації роботи із волонтерами на тимчасово окупованих територіях; залучати приватні благодійні фонди та волонтерські організації, які мають доступ на тимчасово окуповані території для перевезення гуманітарної допомоги населенню від імені держави;

б) для координації і взаємоузгодження спільних дій необхідно:

- створення єдиного інформаційно-комунікативного банку даних волонтерських організацій і об'єднань (регіональні ресурсні центри, спільні проекти з навчання та обміну досвідом із авторитетними закордонними волонтерськими рухами, інформаційно-комунікативні площадки в мережі Інтернет тощо);

- налагодження інформаційно-комунікативної системи зворотного зв'язку у тріаді «волонтери-державні структури-влада»;

- налагодження міжрегіональної координації дій, розвиток співпраці між волонтерськими групами, великим бізнесом, державними структурами стосовно забезпечення української армії, бійців АТО і допомоги вимушеним переселенцям;

- створення асоціацій волонтерських організацій, спрямованих на вирішення завдань у конкретних сегментах (координація зусиль військових і цивільних психологів та волонтерських організацій із психологічної реабілітації воїнів, які повертаються із зони АТО);

- координація та взаємоузгодження дій центральних та місцевих органів влади й волонтерів, які допомагають учасникам АТО і вимушеним переселенцям; активізація роботи координаційних рад при облдержадміністраціях;

- координація зусиль волонтерських організацій і територіальних громад щодо вирішення нагальних соціальних проблем вразливих груп населення регіону, території;

- створення регіональних call-центрів для виявлення псевдоволонтерів;

- Міністерству закордонних справ України створити реєстр волонтерських та донорських організацій української діаспори та організувати роботу з їх представниками щодо налагодження доставки в Україну необхідних ресурсів та розвитку

партнерських відносин з волонтерами України.

Література:

1. Закон України «Про волонтерську діяльність» від 19.04.2011 № 3236-VI. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/3236-17>.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності» від 5 березня 2015 року № 246-VIII. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-19>.
3. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування неприбуткових організацій» від 17 липня 2015 року № 652-VIII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/652-19>.
4. Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» від 22 жовтня 1993 року № 3551-XII. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/3551-12>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання виплати одноразової грошової допомоги у разі загибелі (смерті) або інвалідності волонтера внаслідок поранення (контузії, травми або каліцтва), отриманого під час надання волонтерської допомоги в районі проведення антитерористичної операції, бойових дій та збройного конфлікту» від 19 серпня 2015 року № 604. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/604-2015-%D0%BF>.
6. Денисенко Л.: «Найкращий друг волонтера – контрабандист». – Режим доступу: <http://hromadskeradio.org/gen-spravedlyvosti/naykrashchyy-drug-volontera-kontrabandyst-volonterka>.
7. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Порядку формування та ведення Реєстру волонтерів антитерористичної операції» від 30 жовтня 2014 року № 1089. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0267-13>.
8. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Положення про Реєстр неприбуткових установ та організацій» від 24 січня 2013 року № 37. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0267-13>.
9. Котляр А. Зерно і кукіль: про «нелегальне» у волонтерстві // Дзеркало тижня. Україна. – 2015. – № 42 [06.12.2015]. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/socium/zerno-i-kukil-pro-nelegalne-u-volonterstvi-.html>.

В.І. Поклад

*Луганський державний університет внутрішніх справ
імені Е.О. Дідоренка (м. Миколаїв)*

**Розвиток правової держави в Україні в контексті глобальних тенденцій
еволюції правових систем**

Становлення та розвиток правової держави у будь-якій країні залежить не тільки від прагнень громадян та наявності відповідної політичної волі у еліти, а й від тих або інших глобальних тенденцій правових систем.

Будь-яка правова система виникає та функціонує у міцному зв'язку з характеристиками певного суспільства. Зміни суспільства змінюють правову систему. Тип і характер правової системи залежать від типу і характеру суспільства, потреби якого вона задовольняє. Уявляється можливим виділити три історичні типи суспільств, які сутнісно відрізняються одне від одного. Головним критерієм для розрізнення є домінуючі цінності, як масові уявлення щодо загальних цілей діяльності, досягнення яких забезпечує максимум комфортності індивідів.

Архаїчне (традиційне) суспільство. Домінуючою цінністю є влада. Той, хто має владу (або наближений до можновладців), той має усе, що потрібно для комфортного життя.

Модерне (індустріальне) суспільство. Домінуюча цінність – гроші. Той, хто має гроші – має усе, щоб відчувати себе комфортніше за інших.

Постмодерне (постіндустріальне) суспільство. Домінуюча цінність – інформація. Той, хто вміє отримувати і використовувати інформацію, той опиняється на вищих щаблях задоволеності життям.

У кожному суспільстві домінуюча цінність підтримується відповідними базовими інститутами. Для архаїчного суспільства це армія, для модерного – фабрика, для постмодерного – університет. Кожної історичної епохи базові інститути одночасно є модельними зразками для впорядкування усіх інших соціальних відносин. Наприклад, архаїчна сім'я схожа на армійський підрозділ (за такими характеристиками, як ієрархія, субординація, дисципліна, колективізм). Сім'я епохи Модерну нагадує взаємно вигідне бізнес-партнерство (договір, контракт, обов'язки сторін). Нарешті, постмодерна сім'я функціонує за зразками сучасних університетських практик (координація замість субординації, свобода та вільний вибір замість дисципліни, індивідуалізм замість колективізму).

Відповідно до такої схеми можна визначити три основні типи правових систем – архаїчну, модерну та постмодерну. Головним змістом кожної з них є захист домінуючих цінностей через юридичне закріплення сутнісних характеристик базових соціальних інститутів.

Архаїчна система права покликана захищати владу шляхом встановлення норм та санкцій щодо ієрархії, субординації, дисципліни та колективізму. Модерна система права захищає приватну власність, обмежуючи армійського типу ієрархію, субординацію, дисципліну та колективізм договорами та контрактами із чіткіше прописаними функціоналами сторін. В основі постмодерної системи права

лежить прагнення захисту самої інформації, а також її виробництва і поширення через перехід у юридичному закріпленні від ієрархічних структур до мережових, від субординаційних відносин до координаційних, від колективної дисциплінарності до індивідуальної свободи.

Усі суспільства починали свій історичний шлях з періоду Архаїки. Та інтенсивність розвитку була різною. Перехід до суспільства Модерну (модернізація) спочатку відбувся у обмеженій кількості країн Європи та Північної Америки. Потім за наступні 300 років пройшли ще три хвилі модернізації, поки Ф. Фукуяма не зробив висновок про «кінець історії» у зв'язку з універсалізацією ліберальної демократії Заходу як остаточної форми управління у людському суспільстві [1, с. 85].

Та події останніх років переконливо доводять, що проголошення «кінця історії» було занадто поспішним. Модернізація за єдиним стандартом вестернізації виявила обмеженість своєї ефективності колом суспільств, культурно близьких до країн класичного модерну. У той же час ми маємо приклади переходу до нового інформаційно-технологічного суспільства (того ж самого Постмодерну) на власній культурній основі, яка не тільки не збігається із західною системою соціального порядку, а є навіть протилежною до неї. Так, японське та південнокорейське суспільства досягли загальновизнаного рівня розвитку, не руйнуючи традиційних колективізму, ієрархії та дисципліни.

Постмодерн, на відміну від Модерну, не призводить до знищення (підкорення, відмирання) застарілих соціальних порядків. «Новий світ, який йде на зміну епосі Модерну, – пише О. Неклесса, – народжується у зіткненні трьох історичних тенденцій: модернізації, постмодернізації і демодернізації (неоархаїзації)» [2, с. 16-17].

У суспільстві Постмодерну Архаїка і Модерн отримують додаткові можливості не тільки для самозбереження, але і для подальшого розвитку. І не тільки як «сировина» для Модерну і Постмодерну, а й для принципово інших моделей соціального порядку (хоч і шляхом реанімації «добре забутого старого»).

Отже, резюмуючи усе сказане вище, уявляється можливим зробити висновок про те, що в глобальних тенденціях еволюції правових систем зараз спостерігається перехід від домінування модерного права вестернізованого зразку до глобальної мережі різних комбінацій історичних типів правових систем: архаїчного права, модерного права, постмодерного права. І головною проблемою міжнародної політики стає вже не «підгонка» національних правових систем під єдиний шаблон, а створення механізмів їх узгодження.

Реалізація концепції правової держави, як продукту Модерну, в Україні ускладнюється амбівалентністю її соціальної основи. З однієї сторони, такі характерні риси української ментальності, як поліфонізм та індивідуалізм можуть вважатися культурною запорукою успішної євроінтеграції. Але, з іншої сторони, тривале перебування в ареалі російської/радянської суспільної системи, для якої притаманні класичні ознаки архаїчного соціуму (влада як цінність, армія та церква, КПРС як базові інститути) позначилось на стійкості відповідних правових ста-

ндартів. Як у масовій свідомості, так і у діях представників правлячої еліти.

Досягнення гомогенності суспільства примусовими засобами в епоху Постмодерну вже неможливе, бо це призводить до соціальних катаклізмів та втрати цілісності суспільства. Отже, найоптимальнішим шляхом розбудови правової держави в Україні, виходячи з усього наведеного вище, є пошуки балансу між наявними у державі елементами різних історичних систем права та створення політико-правових механізмів їх узгодження.

Література:

1. Фукуяма Ф. Конец истории? / Ф. Фукуяма // Вопр. философии. – 1990. – № 3. – С. 134-155.
2. Неклесса А.И. Ordo quadro – четвертый порядок: пришествие постсовременного мира / А.И. Неклесса // Полис. – 2000. – № 6. – С. 6-23.

А.Г. Стадник

Класичний приватний університет (м. Запоріжжя)

**Інформаційна війна як чинник впливу на масову свідомість,
її формування та функціонування**

Сучасні інформаційні війни ведуть таким чином, що населення може діяти в інтересах зацікавленої сторони, але навіть може не знати про це. Саме тому вивчення масової свідомості в контексті інформаційної війни на сьогодні виходить на перше місце.

За останні роки, система впливу на масову свідомість значно ускладнилася. Раніше, коли світ був більш фіксованим і стійким, «управляти» масовою свідомістю було легше. Але в сучасному світі, з огляду на його динамічність і зміну специфіки та інтенсивності впливу ЗМІ (наприклад, отримання доступу до Інтернету на сьогодні можливе в будь-якому куточку землі) впливати на масову свідомість важче ніж раніше, потрібно враховувати її динамічність і варіанти поведінки людей відносно вирішення тієї чи іншої проблеми.

Масова свідомість населення, громадян, що включені в різні соціальні та інші групи, сьогодні, безумовно, виступає як основний, ключовий об'єкт інформаційних війн. Але чому? З першого погляду можна було б допустити, що у якості подібного об'єкту у першу чергу повинна була б виступати та частина суспільної свідомості, яку називають груповою (інколи – спеціалізованою), а саме: соціально-класова, етнічна, релігійна, професійна, демографічна і така інша.

Дійсно, можна припустити, що об'єктом впливу в процесі подібних війн може виступати, припустимо, свідомість різних етнічних або національних груп населення. Наприклад, росіян чи українців, армян чи азербайджанців, християн або мусульман і т.п. Або представників різних соціально-класових груп: держслужбовців або підприємців, вчителів або робітників, працюючих або пенсіонерів.

Саме на подібні окремі групи населення спрямовують свої зусилля різні державні та недержавні органи, засоби масової інформації, коли мають на увазі забезпечити певний вплив на якісь чітко визначені групи населення. У той же час, коли йдеться про інформаційні війни, необхідне забезпечення широкого та тотального інформаційного впливу на усе населення своєї чи ворожої країни, усі його соціальні та інші групи і прошарки.

У цьому випадку об'єктом подібного впливу і стає масова свідомість, основними характеристиками якої виступають, по-перше, те, що вона торкається практично усіх основних проблем життєдіяльності суспільства, які цікавлять усю масу населення, доступні їй для обговорення та будь-якого аналізу. По-друге, масова свідомість виступає завжди як емоційний, рухливий, мозаїчний стан суспільної свідомості, безперечно може ставати кінцевою метою забезпечення її функціонування в процесі впливу на неї в ході інформаційних війн.

По-третє (і це головне), масова свідомість, на відміну від групової, охоплює свідомість практично усіх груп населення, усіх громадян. Тобто можна стверджувати, що однотипне ставлення, наприклад, до анексії Криму росіянами поділяють як пенсіонери, прості громадяни Росії, так і актори, письменники; як етнічні росіяни, так і буряти чи башкіри; як чоловіки, так і жінки, як люди молоді, так і старші (наш подив зокрема викликають у цьому плані результати соціологічних дослідження, які свідчать про подібну підтримку до 85 – 90% населення).

Яким же чином це можливо? Звідки виникає подібна однастайність у думках різних верств населення? Проблема у тому, що «масова свідомість, як зауважує зокрема В.А. Полторак, – виникає і формується в процесі масовизації різних способів життєдіяльності людей (у сферах виробництва, споживання, спілкування, політики, дозвілля тощо), які породжують однакові чи подібні інтереси, потреби, навички, оцінки всього населення, представників різних соціальних груп. Отже, масова свідомість справді є частиною суспільної свідомості, поза її межами опиняються різні форми групової свідомості (кланової, національної та ін.), спеціалізованої (професійної та ін.). Масова свідомість – частина, сектор, зріз суспільної свідомості, у межах якої у представників різних соціальних, національних, професійних та інших груп можуть виникати і виникають аналогічні думки, судження, оцінки, які відображають їх ставлення до проблем та фактів дійсності» [1, с. 63-64].

Треба особливо наголосити і на ту обставину, що процес формування масової свідомості певним чином відрізняється від відповідного, коли мова йде про формування свідомості групової. Якщо формування останньої (наприклад, національної – української чи польської) відбувається шляхом постійного накопичення поглядів, позицій, різноманітної інформації (тому іноді дуже важко зрозуміти, чому представники певного етносу, нації мають якісь особливі погляди на національну ідею чи шлях розвитку того чи іншого народу), то у формування масової свідомості окрім, безумовно, наукової інформації, «беруть активну участь» погляди людей, що складають близьке соціальне оточення, інформація, що поступає (наприклад, в процесі інформаційних війн) із засобів масової інформації, Інтернету, на-

віть просто чутки та плітки.

Таким чином, з нашої точки зору, саме специфіка масової свідомості є тим чинником, що дозволяє використовувати її найбільш активно в процесі інформаційних війн. Дійсно, досвід свідчить про те, що при організації роботи засобів масової інформації (телебачення, радіо, преси), Інтернету і тому подібне практично не виникає ніяких проблем із фокусуванням їх передач на різні групи населення. Так, діяльність російських телеканалів сьогодні певним чином сприймається не тільки різними групами населення Росії, і навіть мешканцями непідконтрольних районів Донецької та Луганської областей, ментальність населення яких, масова свідомість, що там панує, не дуже відрізняються від тієї (ми маємо на увазі певну частку населення ОРДЛО), що притаманні російським.

Щодо ж до засобів і методів впливу на масову свідомість в процесі інформаційних війн, то це не менш важлива проблема, яка потребує спеціального розгляду.

Література:

1. Полторак В.А. Громадська думка в системі політичної свідомості та політичних відносин / В.А. Полторак // Соціологія політики: Підручник: у 2 ч. / за ред. В.А. Полторака, О.В. Петрова, А.В. Толстоухова. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2011. – Ч. 2. – С. 61-81.

А.Є. Стриж

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Концептуалізація категорії «майбутнє» в проблемному полі соціального прогнозування

Майбутнє являє собою одну з найскладніших та комплексних проблем соціального пізнання. Її значущість визначається об'єктивною необхідністю пізнання майбутнього устрою суспільства, необхідністю пізнання характеру його взаємин з навколишнім середовищем в умовах глобалізації, стрімкого розвитку науково-технічної сфери, диференціації соціально-економічного та культурного розвитку держав, погіршення екологічної обстановки та інших значущих факторів суспільного розвитку. Специфіка майбутнього в соціальному пізнанні розглядається крізь призму соціальних, економічних, політичних і науково-технологічних процесів, цілісного уявлення про світ. Саме врахування цих аспектів робить можливим його прогнозування.

Концептуалізація проблематики майбутнього відбувалась разом з розвитком соціально-філософської наукової думки. Окремим мотивом в проблематизації концептів майбутнього виступає становлення соціально-гуманітарних наук, оскільки саме тут майбутнє стає необхідним елементом будь-якої соціальної теорії, бо наукове теоретизування передбачає реалізацію прогностичної функції; також воно набуває варіативного характеру, перетворюючи шляхи досягнення в певні технології. Передбачення майбутнього стає прогнозуванням, переходить зі стану певної девіації до керованого та контрольованого наукового пошуку.

На сьогодні існує велика кількість різноманітних теорій майбутнього. Серед

них ми можемо виділити утопії з характерними для них уявленнями про готовність людини підтримати будь-які соціальні зміни на краще та про можливість ліквідувати абсурди соціального життя, встановивши раціональній порядок; антиутопії, які пропонують модель створеного в майбутньому «ідеального суспільства», де почали переважати негативні тенденції розвитку. Окремо в концептуалізації проблематики майбутнього важливо виділити футурологію, в межах якої на основі конструювання причинно-наслідкових зв'язків створювались різноманітні варіанти майбутнього. В сучасній науці активно розвивається практика форсайтів, завдяки яким можливе конструювання майбутнього з урахуванням актуальних тенденцій сучасного глобалізованого світу.

Д.С. Жуков та С.К. Лямін в своїх наукових працях відзначають, що прогностичні функції науки виділені в західній науковій думці вже давно. Позитивістський проект для соціально-гуманітарних наук має за собою мету наділити їх саме прогностичною силою, такою, яку мають науки природничі, шляхом залучення точних методів [2, с. 5]. Важливим також є те, що людині властива не тільки рефлексія, а й так звана футурорефлексія (як усвідомлення, уявлення свого майбутнього). Вона в цьому сенсі характерна не тільки для індивідуальної, а й для колективної свідомості всього суспільства, при чому на кожному із етапів його становлення та розвитку [2, с. 7]. Соціальне прогнозування на сьогодні займає окрему нішу в наукових дослідженнях майбутнього. І.В. Бестужев-Лада в своїх працях відзначає, що реалізований прогноз не передбачає розв'язання певної проблеми в майбутньому, але містить інформацію про те, якими шляхами її можна розв'язати [1]. Дослідники, звертаючись до соціального прогнозування, намагаються розкрити концепт майбутнього через застосування наукових прогнозів та їх методів. Соціальне прогнозування дозволяє орієнтуватись в майбутньому, планувати його, враховувати можливі негаразди, тобто, прогностичне знання покликане певною мірою впорядковувати людську діяльність, дає можливість свідомо обирати найбільш сприятливий вектор розвитку. З розвитком соціального прогнозування майбутнє з елемента соціальної теорії перетворюється в повноцінний об'єкт дослідження. Сьогодні соціальні прогнози є дуже різноманітними і знаходять своє місце майже в усіх сферах життя. До найбільш популярних сфер соціального прогнозування можемо віднести політичну, економічну. В соціологічній науці, враховуючи її специфіку, ми можемо говорити як про соціальне прогнозування в широкому сенсі, так і про соціальне прогнозування, яке є елементом соціологічного дослідження, оскільки саме через нього здійснюється спроба спрогнозувати розвиток соціальних процесів та явищ, досліджуваних елементів соціальної реальності.

Література:

1. Бестужев-Лада И.В. Социальное прогнозирование. Курс лекций / И.В. Бестужев-Лада, Г.А. Наместникова. – М.: Пед. о-во России, 2001. – 383 с.
2. Жуков Д.С. Научный прогноз как элемент футурорефлексии / Д.С. Жуков, С.К. Лямин // INETERNUM. – 2010. – № 1. – С. 5-7.

О.В. Ходус

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (г. Днепр)

Социокультурное обоснование концептуализации феномена приватности

В той мере, в какой мы готовы признать приватность феноменом нашего сознания, и вместе с тем явлением социокультурной жизни, его изучение предполагает взаимодополнительную и потому сложную систему теоретических интерпретаций, многообразие исследовательских стратегий и методов. Представляется, что в данном случае продуктивным вектором концептуализации феномена приватности, который позволил бы с одной стороны, разрешить «гносеологические напряжения», неизбежно возникающие в ситуации теоретического эклектизма, а с другой принять в расчет специфику культурного смыслопроизводства приватности, ее включенности в жизненно-практический контекст, может быть социокультурный анализ.

Современная культурная аналитика как исследовательское направление предлагает «новое обоснование» социальной реальности как реальности смысловой, где культура, соразмерная человеческому бытию, предстает ее конститутивным и конструктивным основанием. Это теоретическое допущение, отмеченное многими исследователями (в частности А. Шютцем, П. Бергером, Т. Лукманом, Н. Элиасом, Ф. Тенбруком, М. Фуко, П. Бурдьё, Дж. Александером), предполагает признание за социальными фактами, событиями, процессами, феноменами наличия плотной ткани культурных кодов, моральных универсалий, символов, дискурсов. Тем самым, поставив во главу угла категорию «социокультурное», это исследовательское направление позволяет охарактеризовать идеи, смыслы, символы, значения, ценностные установки во взаимодействии с обстоятельствами их порождающими, включив при этом в предметное поле анализа, как макросоциальный уровень (уровень глобальных социальных структур), так и уровень индивида, его жизненного мира, обыденного сознания и повседневной практической активности. С позиции такой взаимодополнительной оптики, очевидно, что понимание социального возможно только на основе экспликации культурных смыслов, в него заложенных.

Как следствие центральной задачей социокультурного подхода, становится экспликация и истолковывающее объяснение форм корреляции между контекстами культуры – конкретными ситуациями, комплексами социальных, исторических условий и теми значениями и смыслами, которые несут в себе различные феномены культуры, будучи помещенными в тот или иной ценностно-смысловой контекст. Соответственно, в рамках данного типа теоретической рефлексии любой феномен социальной жизни анализируется не как явление, обладающее автономным статусом, а как эффект структурной причинности и принадлежности совокупному способу производства данной культуры.

Применительно к интересующему нас феномену акцент на социокультурность предполагает, что понимание приватности обусловлено комплексом взаимозависимых «причиняющих сил» (Дж. Александер) – культурных («единовременным культурным качеством» в терминологии П. Сорокина), социальных (спецификой социальной организации общества), персональных (нашим личным вос-

приятием и переживанием окружающего мира). При этом невозможно выделить главную «причиняющую силу», поскольку все они «встроены» друг в друга. Иными словами, феномен приватности сам по себе субъективен, но одновременно персональные смыслы приватности структурированы кодами языка, коллективно разделяемыми представлениями, институтами социального контроля, что делает приватность также и социальной. В свете всего вышесказанного, очевидно, что приватные смыслы и значения напрямую или косвенно легитимируются и санкционируются репрезентативной культурой, приписывающей (и одновременно предписывающей) субъекту типичные представления о «дозволенном», «приемлемом», «желаемом» поведении в этой сфере.

Приватная жизнь социальна и в том, что, она, хотя и является в полном смысле личным делом каждого (и не рассчитана на критическую рефлексию и коллективное обсуждение), тем не менее, конституируется в коммуникации и интеракции с другими людьми. Именно в процессе коммуникации формируется жизненный мир – своего рода социокультурный фон, окружение для социальной практики, интерсубъективный запас знаний, аккумулированный в языке. Аналогичным образом и сфера приватного, будучи «имманентно» включенной в структуру жизненного мира, всегда является интерсубъективным миром культуры, который, если следовать логике А. Шюца, «<...> предстает перед нами как смысловой универсум, совокупность значений, которые мы должны интерпретировать для того, чтобы обрести опору в этом мире, прийти к соглашению с ним» [1, с. 130]. В этой связи можно предположить, что приватная реальность, выступая продуктом субъективных интерпретаций, сложным образом конструируется (в данном контексте этот термин представляется наиболее уместным) через систему коллективных представлений.

В целом, в методологическом плане социокультурный подход позволяет нам выдвинуть ряд теоретических допущений, важных с точки зрения концептуализации феномена приватности, значение и смыслы которого определяются конкретными социальными обстоятельствами (контекстами), задающими, в свою очередь, индивидуальную перформативную активность субъектов, «считывающих» эти смыслы.

Литература:

1. Шюц А. Структура повседневного мышления // Социол. исслед. – 1988. – № 2. – С. 129-137.

Д.М. Новікова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Гламурна особистість як тип сучасного споживача

Практики споживання в сучасних умовах відіграють центральну роль в житті кожного індивіда. Власне процес споживання в рамках даної роботи розглядається нами як іманентна характеристика будь-якого сучасного індивіда, що в умовах актуальної реальності, формується як результат віртуалізації товарів і послуг. Проте, за наявності перманентного стану конкуренції та перенасичення ринків брендами, суттєво зростає попит на логіку гламуру – відбувається перехід від брендів до трендів.

Варто уваги те, що деякі сучасні дослідники тлумачать гламур як дискурсивну практику городянина, яка функціонує в сучасному постіндустріальному суспільстві; як комплекс певних принципів, відповідно до яких класифікується і репрезентується його реальність як особливий стандарт життя [1]; як програму поведінки, в межах заданих ціннісних орієнтацій якої, людина вибудовує стосунки з іншими людьми та формує своє ставлення до речей [2].

Отже, при вивченні цінностей глем-культури і основних споживчих практик в рамках суспільства споживання, з 30-х років ХХ століття дослідники гламуру відзначають формування особливого культурно-історичного типу особистості – «людини гламурної», що представлений в сучасному постіндустріальному суспільстві. Аналіз даного соціокультурного типу проводиться в рамках реалізації гламуру як стратегії поведінки індивіда.

Гламур у повсякденності репрезентується в якості візуального ряду, певного набору специфічних кодів. Зважаючи на теорію потреб А.Х. Маслоу, слід зазначити, що індивід, споживаючи, задовольняє не вітальні, а потреби вищого рангу – визнання стає першочерговою метою. Гламурне споживання формує меседж спрямований на «іншого», а найбільш затребуваним товаром стає власна позитивна ідентичність. По суті, піраміда споживання, вінчається гламурними брендами. При цьому, обов'язок будь-якого споживача передбачає слідування нав'язаним йому зразкам споживання. Ієрархія споживчого глем-капіталізму заснована на принципі зростаючої потреби в підтвердженні статусу [3].

Гламурна людина втрачає здатність бути індивідуальністю, вона намагається відповідати колективному «Понад-Я», яке пропонує людині готові сценарії успіху і успішного життя («ти повинен бажати і бути бажаним»), тим самим, перетворюючи його життя в поверхневе і формальне існування. Добре відобразив дану ситуацію відомий есеїст М. Уельбек в своїй роботі «Світ як супермаркет і насмішка», зазначивши, що у сучасної людини «немає своїх переживань та ціннісних орієнтирів», вони диктуються споживчими практиками гламуру.

«Гламурний індивід» – це тип особистості, що формується смисловими кодами глянцю, реклами, моди, ЗМІ. Для реалізації гламурної кар'єри, а також для того, щоб увійти в свою референтну групу в суспільстві споживання гламурний індивід застосовує всі можливі засоби і методи: він відтворює споживчі практики,

в яких інкорпорований хоч один з елементів гламуру. Гламурний культурний тип «герой глем-капіталізму» – це споживач, що існує в закритій символічній системі, легітимізованій іншими споживачами, в процесі придбання товарів.

Незважаючи на невеликий термін існування гламуру як дискурсивної практики постіндустріального городянина, вже можна констатувати ряд відмінних рис «Гламурного індивіду». Ознаками гламурного індивіда стають: зовнішня доглянутість, сексуальність, стильність, «брендова» атрибутивність: одяг, аксесуари, гроші. Для психологічної ідентифікації себе з замкнутою референтною групою глем-спільноти та симуляції гламурності необхідною умовою стає використання зовнішніх атрибутів гламуру. У роботі «Дискурс антигламура» кандидат філософських наук К.С. Романова виділяє такі атрибути, як членство в закритих клубах, наявність відомих марок автомобіля і годинників, брендового одягу та взуття, зачіски та макіяжу, фітнес і спа-послуги від іміджевих виробників. Ціла індустрія глянцю навчає молодих людей як шляхом імітації і симулякрів долучити себе до цього способу існування у повсякденному житті, який геть виключає працю на благо суспільства [4, с. 155-156].

В свою чергу, «Росгосстрах» спільно з маркетинговою компанією «Експерт-дата» провели дослідження, за результатами якого вивели портрет гламурного індивіда [5]. Для побудови портрета гламурного індивіда були виділені наступні «фільтри»: наслідування модним тенденціям, споживання «брендових» речей, регулярне відвідування місць розваги. Згідно з отриманими даними, в Росії гламурний індивід – це частіше жінка (в 66%) до 30 років. 62% відчують себе сучасними людьми, для 58% в житті дуже важливо досягти успіху і зробити кар'єру. Гламурні персонажі готові платити за речі більше їх ринкової вартості [6]. Згідно з авторським дослідженням методом глибинного інтерв'ю на тему: «Сучасна гламурна особистість в просторі великого міста» (проведеного з 10.04.2016 – по 19.05.2016, м. Дніпро, N=17 методом глибинного інтерв'ю), визначаючи культурний тип мешканця міста, ми дійшли наступних висновків. Серед основних причин процесу самоідентифікації мешканців міста з гламурним типом особистості були зафіксовані – приналежність до вищого класу, «можливість дозволити собі все» під час марнотратного споживання, моніторинг модних тенденцій при перманентній необхідності «бути в тренді», споживання брендових речей та наслідування авторитетним дизайнерам.

Нами також був зафіксований той факт, що гламурний індивід володіє досить динамічною шкалою цінностей, оскільки чітко встановити систему ціннісних пріоритетів, значень і візуальних маркерів «гламурності» на даному етапі досліджень не вдалось. Проте, ми дійшли висновку, що гарна зовнішність та стильна упаковка є лише атрибутивними елементами загального гламурного образу. А власне джерело гламуру – є результат привабливої зовнішності і певного матеріального становища. Було виявлено, що приналежність до глем-спільноти визначається шляхом соціалізації та інтеріоризації цінностей глем-капіталізму. Як жорстка система соціального контролю, глем-капіталізм регламентує поведінку гламурних індивідів за допомогою прописаних правил і сукупності санкцій та норм до-

гляду за собою. Недотримання призводить до «втрати членства» в закритій групі. Тож, гедоністичний, сповнений насолоди стиль життя виявляється щоденним обов'язком та необхідно умовою існування гламурного споживача.

Література:

1. Руднева Д.А. «Вечный праздник»: смысловые доминанты гламура как стиля жизни современного постиндустриального горожанина / Д.А. Руднева // Праздник в пространстве современной городской культуры: Материалы Всерос. конф. с элементами научн. шк. для молодежи. 26-28 нояб. 2009 г. / отв. ред. Л.С. Лихачева. – Екатеринбург, 2009. – С. 31-36.
2. Безугла Р.І. Гламур: етимологія терміна та специфіка його використання / Р.І. Безугла // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. праць / М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. – К.: Міленіум, 2011. – Вип. 27. – С. 17-23.
3. Чесноков А. Гламур: гонка за смертю / А. Чесноков. – Режим доступу: <http://pravaya.ru/look/10380>.
4. Романова К.С. Дискурс антигламура / К.С. Романова // Дискурс-Пи: научно-практический альманах Ин-та философии и права. – 2010. – Т. 9, № 1-2. – С. 155-156.
5. Гламур по-русски. – Режим доступа: <http://expert.ru/2007/05/4/glamur>.
6. Что значит быть гламурным. – Режим доступа: <http://hbr.moigorod.ru/news/details.asp?n=2146383508>.

В.А. Радіонова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Мова як особистісний засіб ідентичності

Відношення до членів суспільства як до індивідуальностей є визначальною рисою сучасності. Саме така теза фігурує у монографії британського соціолога Зигмунта Баумана «Індивідуалізоване суспільство». Соціолог, перш за все, приписує суспільству таку характеристику, як індивідуалізованість [1, с. 59], а кожна особистість має свою ідентичність. Згідно енциклопедії «Культурологія ХХ століття», ідентичність - це психологічне уявлення людини про своє Я, що характеризується суб'єктивним почуттям своєї індивідуальної самототожності і цілісності [5, с. 238-239]. Таке уявлення – результат ідентифікації людини з різними соціальними категоріями: соціальним статусом, статтю, віком, соціальною роллю, нормою, групою, культурою та ін. З. Бауман стверджує, що ідентичність у сучасному світі не є сталою величиною, вона постійно трансформується. Він підкреслює, що жити у світі модерніти означає знаходитися у ситуації незавершеного проекту: постійно працювати над собою, змінювати свою самість, тобто володіти індивідуальністю. «Індивідуалізація» полягає у перетворенні людської ідентичності з «даності» у «завдання»: завдання знову і знову визначати межі своєї індивідуальності. Ідентичність набувається у процесі самовизначення чи самоідентифікації, що характеризується своєю безперервністю і повсякденністю. Ідентичність завжди виробляється і відтворюється у контексті соціальних відносин, тому відношення до певних груп є одною з найважливіших складових Я-особистості. Дискурси про те, ким можна бути чи ким варто бути, генерують власні уявлення особистості про себе і змушують або підтримувати уже вироблену ідентичність, або знову пе-

ревизначити її [4, с. 4]. У своїй концепції осмислення особистістю своєї самото-жності, своїх кордонів та місця у світі американський психолог і філософ Віль-ям Джеймс показав, що людина сприймає себе крізь призму двох аспектів іденти-чності: особистісного та соціального [7, с. 238-241]. Особистісний аспект перед-бачає формування особистісної ідентичності (індивідуальні ознаки особистості, акцент на дихотомії «Я-Вони»), соціальний – формування множинності соціаль-них Я (набуття спільних групових ознак, акцент на дихотомії «Ми-Вони»). В ос-нові змісту ідентичності лежить розуміння того, що в загальному сенсі ідентифі-кація розглядається як процес становлення уявлень як соціальної групи, так і ін-дивіда про себе та своє місце в суспільстві [2, с. 180]. Автор теорії комунікативної дії німецький філософ і соціолог Ю. Габермас до структури ідентичності відно-сить соціальну ідентичність (горизонтальний вимір) – можливість виконувати ви-моги у рольових системах; та особистісну ідентичність (вертикальний вимір) – поєднання історії життя. Ці виміри, взаємодіючи, реалізують балансуєчу Я-ідентичність [3, с. 87]. Отож, ідентичність варто розглядати як єдність особистого та соціального. Набуття індивідом будь-якої ідентичності в першу чергу відбува-ється за допомогою мовного коду. Суспільство і мова – дві нерозривно пов’язані системи. З одного боку, окремі мови пов’язані лише з певною групою, тобто їх за-своєння відбувається в рамках даної групи: з іншого боку, суспільство залежить від мови, адже щоб стати членом суспільства, потрібно пройти всі етапи соціалі-зації, що можливо лише за рахунок засвоєння вже існуючої мови. Процес самоі-дентифікації особистості відбувається в межах певної мовно-культурної традиції, що склалася у суспільстві. Соціальна структура породжує певні способи «як гово-рити», щоб ідентифікувати себе в рамках вже закріплених у мові ціннісних орієн-тацій, а згодом особистість тільки репродукує напрями ідентифікації, які були пе-редані їй за допомогою мовного коду. П. Бурд’є розглядав будь-які види мовної взаємодії між учасниками комунікативної ситуації, з існуючими в них соціально-структурованими ресурсами і компетенціями, як ті, що несуть відбиток соціальної структури, яку воно одночасно і виражає, і допомагає відтворювати [6, с. 10]. Ав-стрійський філософ та соціолог К. Поппер зазначав, що людина не народжується з ідентичністю, вона набуває її, розвиває вроджену диспозицію до засвоєння мови. Тільки мова дозволяє розглядати себе як об’єкт, оцінювати себе та рефлексувати. І в філогенезі, і в онтогенезі самість розвивається паралельно із засвоєнням мови і умінням оперувати ідеальними об’єктами [3, с. 82]. Представник постструктуралі-стського напрямлення М. Серто вказує, що особистість підкорюється стереотипам, зразкам, традиціям, прийнятими в групі, зафіксувати які можливо лише за допо-могою мови [3, с. 90]. Мова займає роль посередника між особистістю та групою, і водночас стає головним засобом сприйняття себе як індивідуальності, і себе як члена соціальної групи. Лінгвістичне вираження ідентичності сприяє поєднанню людей в групи і підтримці необхідної ідентичності в межах цих груп.

Отож, пошук своєї ідентичності – головне завдання особистості у сучасному суспільстві. Її набуття гарантується лише за допомогою реалізації мовленнєвих практик. У цьому випадку мова виступає головним засобом її засвоєння. Іденти-

фікувати себе за допомогою мови можливо не тільки як особистість, але і як члена будь-якої соціальної групи, формуючи, таким чином, соціальну ідентичність. Саме мова забезпечує взаєморозуміння та взаємопідтримку у групі. Окрім цього, через інформативні та комунікативні засоби у групі поширюється спільна мова спілкування, досвід, цінності та традиції. У той же час мова виступає засобом власної самоідентифікації, за умови, якщо особистість обирає висловлюватися відмінним чином від групи чи окремої особистості.

Література:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
2. Жаде З.А. Проблема идентичности в современных социальных теориях / З.А. Жаде // Философия и общество. – 2007. – № 2. – С. 173-185.
3. Заковоротная М.В. Идентичность человека социально-философские аспекты / М.В. Заковоротная. – Ростов-н/Д.: Изд-во Северо-Кавказ. научн. центра высш. шк., 1999. – 200 с.
4. Малинова О.Ю. Идентичность как категория практики и научного анализа / О.Ю. Малинова. – Режим доступа: http://www.civisbook.ru/files/File/Malinova_ident.pdf.
5. Николаев В.Г. Идентичность / В.Г. Николаев // Культурология. XX век: Энциклопедия в 2 т.; гл. ред. и сост. С.Я. Левит. – СПб.: Университетская кн.; Алетейя, 1998. – 523 с.
6. Телегин Д.В. Язык как социальная практика: о «лингвистическом капитале» П. Бурдьё / Д.В. Телегин // Вестн. Тюменск. гос. ун-та. Сер. Соц.-эконом. и прав. исслед. – 2006. – № 8. – С. 9-17.
7. Фрейдджер Р. Теории личности и личностный рост / Р. Фрейдджер, Д. Фэйдимен. – 4-е изд., пер. с англ. – М.: Изд-во «Мир», 2004. – 608 с.

С.С. Фіщук

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Смерть у сучасному українському медіа дискурсі

Ми змушені визнати, що смерть все агресивніше проникає в наше життя. І все частіше це робиться за допомогою засобів масової інформації. Майже кожного дня ми стаємо свідками щоденних смертей як в межах нашої країни, так і по всьому світі. Як розвиток медіа впливає на нас? Починаємо ми по-іншому ставитися до смерті? Для початку варто визнати: смерть і ЗМІ нерозлучно пов'язані з самого початку появи мас-медіа. І справа не в мас-медіа і їх особливостях, а в тому, що смерть сама по собі пронизує наше життя майже повсюдно. За влучним зауваженням Клода Леві-Стросса, соціальне життя людини - це постійний рух до розпаду, тобто до смерті. І саме тому, вивчаючи життя, ми насправді вивчаємо смерть [1, с. 77]. Вірус, пандемія, техногенні катастрофи, випадкові події – все це оточує нас кожен день. Існування смерті – це повсякденність. Смерть всюди.

Сучасний світ неможливий без масових медіа, в яких тим чи іншим засобом висвітлюються різні події, що використовують для цього певні образи та конструкти. Одним з таких конструктів в медіадискурсі є конструкт смерті. Проте, на сьогодні не просто показують й інформують, що є таке явище, сьогодні образ смерті є одним з найефективніших та найвпливовіших образів на масову свідомість в медіа дискурсі. Щодо українського мас-медіа, то в ньому таке явище використовується у різних цілях та різним чином, що спонукає нас до вивчення

особливостей конструювання образу смерті та його впливу на масову публіку. Візуальна репрезентація мортальних образів в контексті дискурсів в медіа-просторі відіграє важливу роль у конструюванні, розумінні та інтерпретації сучасного світу та соціокультурної реальності.

Наше століття, увібравши в себе певне середньовічне макабричне бачення, відродило мотив «тріумфу смерті» як образ насильницької і колективної смерті, коли смерть косить всіх підряд і не попереджає про свою появу.

При розрізненні природної і насильницької смерті сучасна культура віддає перевагу останній. Можна сказати, що вона стала феноменом масової культури. Смерть відбувається не в силу зношеності життя, а в силу насильницького вторгнення. Природна смерть приходить в кінці життя і відноситься до індивідуального суб'єкту, смерть якого оголосив постмодернізм, а тому вона «не цікава і банальна», не приносить прибутку і не підвищує рейтингу, тому життя повинне перериватися насильно. І головним у культурі стає визнання випадковості, значення якої ігнорувалося попередньої філософією.

Якщо модернізм розглядає зміни і кризи як щось негативне і намагається їх подолати шляхом повернення до стану стабільності, то для постмодернізму вони зовсім не є відхиленнями. Вони, скоріше, свідчать про перехід до постіндустріального або інформаційного суспільства. Основною ознакою цього суспільства є здатність жити в стані постійної кризи, підштовхує людей до безперервного переосмислення свого місця в світі і прийняття різних форм ідентичності.

У рамках власного соціологічного дослідження ми прийшли до певних висновків. По-перше, репрезентація мортальності є динамічною та змінюється під впливом соціокультурних факторів та соціально-значущих подій. Простежимо зміну мортальності в медіа дискурсі. Для нашого аналізу було виділено два сучасних часових періоди. Перший – 2012 рік, другий – 2015-2016 роки.

Для початку, розглянемо репрезентацію за видом дискурсу в медійному просторі. Ю. Лотман виділяє основні види дискурсу в масовому медіа [2, с. 200], а саме: ідеологічний, політичний, інформаційний та пізнавально-розважальний. Отже, характеризуючи основні види дискурсу, які домінують в новинних відео сюжетах протягом всього 2012 року ми відмічаємо переважання інформаційного та пізнавально-розважального дискурсу. Це пов'язано зі стабільною, достатньо спокійною соціально-політичною ситуацією в країні. Головна мета донести інформацію, щодо факту смерті та розповісти про деталі смертей селебріті персон. Відеосюжети з тематикою про смерть публічних осіб та VIP-зірок присутні завжди зі стабільною кількістю. З вищезгаданого ми знову підтверджуємо висновок про те, що смерть наразі є досить селективним конструктом у масовому медіа, який проходить певний відбір на те, яку тематику, кого і як репрезентувати в інфопросторі.

Ми відмічаємо, що за 2012 рік образ смерті в ЗМІ був дещо інакший, ніж у сьогодення. В рамках відео сюжету переважає інформаційний дискурс, за емоційною складовою в сюжеті передається, перш за все, співчуття, а також

присутній певний відсоток ненависті. За локалізацією переважає відображення смерті в межах України, найбільше уваги приділяють містам, а вже потім лиш селам, що свідчить не тільки про високу смертність в містах, а й про значимі процеси урбанізації та глобалізації, так як життя в медійному просторі більше прикуте до міст. За демографічною ознакою образи смерті показують ті, які пов'язані з дитячим віком та зрілим, за гендерною ознакою чоловіки представлені більше, ніж жінки, проте не на багато. За персоналіями та видом смерті представлені звичайні громадяни України, що загинули від нещасних випадків. За особливостями ефіру сюжету найбільше уваги приділяється одиночним смертям, яким відводиться середній час (від 30 секунд до 3 хвилин).

Щодо сьогоднішнього, а саме проміжку часу за 2015-2016 рік, то ми фіксуємо як і деякі незмінні тенденції, так і корінні зміни в дискурсах та репрезентаціях мортальних образів.

Так, у рамках відео сюжетів хоча і залишається головним інформаційний дискурс, проте, неодмінно високим стає політичний та ідеологічний дискурс, що пов'язано як зі складною соціально-політичною ситуацією, так і з «легким» піаром, стосовним щодо використання в ньому популістських лозунгів, які апелюють до образу загиблих. Ми відмічаємо такий процес, як героїзація смерті, возвеличення загиблих в ранг культурних героїв сьогоднішнього.

Парадокс нового відношення до смерті укладений в наступному: чим більше суспільство намагається контролювати смерть, тим більше невлучною, несподіваною і незбагненою вона стає. В умовах витіснення смерті, разом з тим, порушуються її межі з життям. Смерть не підміняє собою життя, а підміняє її за допомогою симуляції. Завдяки сучасним соціально – комерційним інститутам смерті, мертвий «виглядає» як живий, тимчасово відчуває «ненормальне» стан. Щоб уникнути цієї «ненормальності», люди маскують мертвого під живого. За цим сентиментально-натуральним фетишизмом криється крайня жорстокість по відношенню до самого ж небіжчика. Отже, в сучасній соціальній ситуації в наявності скасування смерті.

Втрата сенсу смерті привела до втрати сенсу в житті. У соціальному плані модернізація культури привела до масового поширення феномену самотності і зростання соціальної анемії, що виражається в збільшенні числа самогубств. У тому числі, масовізація культури призводить до видозміни феномена масової смерті, який спостерігався в традиційному суспільстві (смерть в результаті чуми або природної катастрофи, масова смерть від голоду та ін.). Смерть приймає інші форми в масовому суспільстві. Поява різноманітних засобів масового знищення призвела до широкого поширення феномена масової смерті, а глобальне поширення ЗМІ перетворило все людство в глядачів.

В умовах модернізації якісно змінилися ціннісні акценти: найбільш гострі відчуття і інтерес починає викликати випадкова, катастрофічна і насильницька смерть [4]. Саме така смерть наділена максимальним змістом. Це суттєва відмінність від традиційної системи цінностей, коли вищою значимістю володіла соціальна (героїчна) смерть або природна смерть у колі сім'ї. Старість сьогодні з

поважної перетворилася в соціальне гетто; смерть від старості втратила свій сенс.

Відмінною особливістю постсучасної цивілізації є державна монополія над всією протяжністю життя і смерті. Бути живим або мертвим вирішує не сам суб'єкт, але конвенція розподілу символів. Звідси виникають актуальні проблеми встановлення меж життя і смерті у випадках діяльності реаніматологів, евтаназії, суїциду тощо. Практика штучного продовження життя і попередження смерті всілякими заходами безпеки фактично веде до того, що саме життя стає примарним, місце реальності займає симулякр, який залишив реальність в далекому, забутому минулому. Життя людини знецінюється, позбавляється сенсу, що породжує сьогодні все нові і нові проблеми. В результаті вдається товариство заходів по боротьбі зі смертю, існування сучасної людини ще більше пронизано смертю, ніж архаїчне.

Сьогодні ми спостерігаємо важливу тенденцію постмодерну: смерть знову стає максимально соціальною та публічною, вона відбувається з однією групою і спостерігається іншою і в цьому проявляється щось жертвне [3, с. 175]. Смерть стала знову справою всього соціуму і вимагає собі колективної відповіді. Сучасні засоби масової інформації, залучаючи людство в це колективне шоу (споглядання і обговорення катастрофічних подій, пов'язаних із загибеллю великої кількості невинних людей), сприяють формуванню глобального культурного соціуму. Таким чином, феномену смерті в сучасному світі знову належать найважливіші соціальні функції, які він виконував в архаїчних культурах. Якщо ритуальна смерть бога (тотема) в архаїчних культурах служила цілям соціальної інтеграції, створюючи непорушні узи кровної спорідненості і пов'язуючи архаїчні племена в одну групу, то сьогодні, в процесі утворення нової історичної спільності – глобального людства – відбуваються схожі процеси. Випадкова смерть великих груп людей, що перетворилася в загальне видовище, набула характеру колективної викупної жертви, збуджуючи у інших (що залишилися в живих) нове почуття провини і нове емоційне відчуття єдності. Таким чином, як вже було сказано вище, феномен смерті в сучасному українському суспільстві має свої особливості.

Смерть знову знайшла екзистенційний вимір, але тільки в іншому, соціальному, контексті: екзистенційним сенсом володіє сьогодні чи не індивідуальна і природна смерть, але колективна і випадкова, яка перетворилася в масове видовище (аж до кривавих Інтертейнмент). Все більшого значення надається також колективно обговорюваній добровільній смерті (евтаназія). У будь-якому випадку, можна стверджувати, що смерть в постіндустріальному суспільстві набуває нових рис соціальності, вона стає важливим фактором формування колективного розуму, що виконує важливі соціальні функції. Перш за все, функцію соціально - психологічної інтеграції як наслідка емоційного шоку, а також функцію нормативну, яка стверджує життя як головну моральну цінність. Перед обличчям колективної трагічної загибелі з максимальною гостротою знову виникають традиційні почуття благоговіння перед життям і любов'ю, які охоплюють нову культурну ідентичність «всіх, хто лишився в живих» [5, с. 293-310].

По-друге, репрезентація образів смерті не є однорідною в нашому медіа-

просторі. Так, ми дослідили, що на певних каналах танатичним темам приділяють якомога більше уваги під час випусків новин, на відміну від інших каналів, де цій тематиці намагаються приділяти помірний проміжок ефірної уваги або досить невеликий проміжок ефірного часу.

По-третє, ми підтвердили гіпотезу, що конструкт смерті в медіа дискурсі сьогодні використовується з поєднанням ідеологічного або політичного дискурсу. Це відбувається з певних соціально-політичних процесів, наприклад, задля певної героїзації смерті тією чи іншою ідеологією. Проте, найчастіше, відбувається брудний та цинічний піар українського політика на кістках загиблих людей. По-четверте, за останній рік ми відмічаємо збільшену емоційність в забарвленні репортажів новинних каналів, що не є позитивною якістю, як для об'єктивного висвітлювання подій. По-п'яте, смерть в ЗМІ є однією з головних тем, так відео сюжети, пов'язані з образом смерті, завжди намагаються подавати в ефір першими, ніж сюжети інших тематик.

Отже, роблячи загальний висновок, ми можемо сказати наступне. Як наше життя в цілому, так і медіа-простір зокрема, тісно пов'язані з таким явищем як смерть. Проте, в медіа дискурсі ми спостерігаємо саме конструювання мортальних образів. Образ смерті є одним з найвпливовіших на масову аудиторію та найефективніших у допомозі конструювання соціокультурної реальності. Даний конструкт «смерть» дозволяє репрезентувати той зв'язок з актуальним соціально-політичним становищем та тими соціокультурними кодами, які транслуються за допомогою цього конструкту українськими мас-медіа, зокрема через новинні відеосюжети.

Література:

1. Грин Дж. Антропология современной смерти / Дж. Грин. – Филадельфия, 2008. – 272 с.
2. Лотман Ю.М. Память в культурологическом освещении / Ю.М. Лотман // Избр. ст. – Т. 1. – Таллинн, 1992. – С. 200-202.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М.: «Добросвет», 2000. – 260 с.
4. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/untitled/20011106/142061.html>.
5. Уолтер Т. Современная смерть: табу или нет? / Т. Уолтер. – М.: Наука, 1991. – 310 с.

СЕКЦІЯ 3 УРБАНІСТИЧНА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

А.В. Демичева

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Місто у сучасному світі: евристичні можливості соціології міжнародних відносин

В останні десятиліття відбувається переструктурування всього світового політичного простору, а значить міжнародні відносини хоча й зберігають певні усталені риси, але набувають й нових, які ще мало досліджені та важко прогнозуються. Тобто, зміна політичної карти світу, розпад та виникнення держав, процеси глобалізації та їх наслідки, втрата монополії держави на участь у міжнародній політиці, складність та швидкоплинність процесів міжнародного життя та ін. обумовили науковий інтерес до аналізу соціальних аспектів міжнародних відносин (далі – МВ). Як відповідь на такі онтологічні виклики, в останнє десятиліття ХХ ст. почав інтенсивно розвиватися та набувати легітимності такий дослідницький напрямок, як соціологія МВ. Дана галузь соціології виникла ще у 1966 р., коли на VI Всесвітньому соціологічному конгресі (м. Євіан, Франція) прийняли рішення про необхідність створення цієї галузі. До речі, тема «Соціологія міжнародних відносин» навіть була винесена в одну з двох тем Конгресу. Під час VII Конгресу (1970 р.) був створений Дослідницький комітет, який спеціалізувався з соціології МВ. В той же час було б помилкою казати про даний науковий напрямок як розвинену, автономну та легітимну галузь соціології, що має власний епістемологічний статус, не зняті питання щодо чіткого розмежування соціології та теорії МВ. При цьому, соціологія МВ має чіткий об'єкт дослідження: МВ як різновид соціальних відносин; та предмет – у широкому розуміння це соціальні аспекти МВ (детермінанти, наслідки, соціальні та соціокультурні ефекти, МВ як сконструйовані певними акторами відносини і у цьому ракурсі агенти та механізми конструювання, уявлення про МВ соціальних суб'єктів, різноманітні дискурси та їх продукування щодо МВ, віртуалізація МВ тощо). На жаль, в українській соціології проблематика, що пов'язана із соціологією МВ, майже не представлена у науковому дискурсі. Проте соціологія МВ має значне предметне поле та потужні методологічні ресурси у вигляді новітніх соціологічних теорій для дослідження актуальних питань МВ.

Згідно з методологією П. Бурд'є, соціальний простір конструюється ансамблем полів. МВ також можна розглядати як простір, який конструюється економічним, політичним, культурним, воєнно-стратегічним, інтелектуальним тощо полями. Поле, за П. Бурд'є, – це специфічна система об'єктивних зв'язків між різними позиціями, що знаходяться у співробітництві чи конфронтації та за великим рахунком не залежать від акторів, які ці позиції займають [1]. Отже, поля, які визначають простір МВ, являють собою структуровані підпростори позицій певних акторів, яким властиві автономізація, певні «ставки» гри та специфічні інтереси, бо-

ротьба за встановлення внутрішньої структурації поля та за легітимацію цього поділу. Одним з напрямків теоретизування соціології МВ є дослідження традиційних та нових акторів МВ. Одним з таких нових акторів МВ є місто. До речі, у вітчизняній соціології міста не має праць, присвячених вивченню позицій та статусів міст у просторі МВ. На думку П. Бурд'є, можливості конкретного актора в певному просторі (як і в підпросторі або полі) визначаються позицією в різних інших полях. Так, у просторі МВ позиція міста залежить від його статусу в політичному, економічному, воєнно-стратегічному культурному субполях, що визначається обсягом сукупних капіталів міста (його бюджетом, історією, людськими ресурсами, іміджом, туристичною привабливістю тощо). Отже, в залежності від ресурсів міста, воно може займати різну позицію у просторі МВ – від актора до суб'єкта.

Одним з акторів, тобто найпотужніших гравців, МВ в умовах постсучасного світу виступає глобальне (світове) місто. Головне, що відрізняє глобальне місто, є його позиціювання не як актора національної території (держави), який включений до економіки власної країни, а як актора світового простору (економічного, політичного) та простору МВ. Отже, під глобальним містами ми розуміємо міста з найбільшою концентрацією капіталів та ресурсів різного роду (включаючи можливості), які займають домінуючу позицію в світі, яка є легітимною, та мають значний вплив на МВ. Застосовуючи ідею К. Райта про поле МВ та два типи шкал, що визначають об'єктивні та суб'єктивні можливості актора в просторі МВ, відзначимо такі характеристики глобального міста: енергійність; поліцентричність в різноманітних сферах; активна міжнародна співпраця; надмогутність; достатність ресурсів; технологічна досконалість (осі можливостей за К. Райтом) та об'єктивна оцінка власних можливостей і міжнародного середовища; сприйняття реальності через усвідомлений досвід; активна зміна реальності; самоідентифікація через толерантність та експансивність; альтруїзм, урахування інтересів інших учасників МВ; позитивне ставлення до світу (осі вартостей) [2]. Ресурси, які має глобальне місто, акумулюються, тим самим підсилюючи один інший. В результаті цього синергійного ефекту глобальні міста є найпотужнішими світовими акторами. Серед глобальних міст як акторів МВ є внутрішня структурація та розподіл позицій домінування. Цей розподіл та легітимація відбувається через механізм ранжування глобальних міст, створюючи картину домінування та світову ієрархію міст.

Продовжуючи логіку соціологічної інтерпретації позицій міста у просторі МВ, відзначимо, що міста другого порядку (міста з будь-якою кількістю населення та ресурсною базою) діють в ролі агентів у полі МВ. Головний атрибут агента – залежність від середовища (системи). Агент виступає як провідник певних стратегій, норм, при цьому логіка системи визначає логіку дій агента [3]. Тобто, місто як агент МВ не створює міжнародну політику чи власних міжнародних стратегій, а виступає на рівні міжнародної співпраці. В сучасному світі більшість міст не є незалежними суб'єктами міжнародного права чи активними творцями власних стратегій. Проте, вони підтримують між собою активні зв'язки та розвивають мі-

жнародне співробітництво. Формами міжнародного співробітництва міст можуть виступати включення міст у відповідні міжнародні мережі (організації), побратимські та партнерські відносини. Для соціолога цікавим напрямком дослідження може бути розгляд побратимства як певного конструкту: хто ініціює дискурс побратимства (міська громада чи міська влада), як здійснюється пошук міст - побратимів (певна мода на встановлення побратимства, стимулювання цього процесу з боку влади, престижність встановлення побратимства з певним містом (особливо для малих міст), особисті зв'язки між членами муніципалітетів (громади), що у подальшому трансформуються у поріднення (так звані «приватні контакти» локальних лідерів), випадкові причини поріднення міст, поріднення як результат бенчмаркінгу та ін.). Кейс-стаді для соціологічного аналізу явища побратимства може бути нещодавня ситуація з розірванням побратимських відносин між м. Дніпро та містами Російської Федерації – Самарою, Красноярськом та Улан-Уде. Також Дніпро більше не братиме участі в Об'єднанні юридичних осіб «Євразійський союз міст-побратимів “Україна-Байкал”» [4]. Зазначимо, що протягом останнього десятиліття ці побратимські зв'язки були виключно формальними, «паперовими», проте під час збройного конфлікту з боку РФ їх розірвання стало ідеологічним кроком, ініційованим громадськими активістами. Київська влада також вирішила розірвати укладені раніше договори про побратимство, партнерство і співробітництво з Москвою в односторонньому порядку. Дане рішення було прийнято «у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, анексією АР Крим та окупацією частини територій Донецької та Луганської областей» [5].

У ракурсі наукової «міської» зацікавленості соціології МВ може бути постать мера (міського голови). У сучасному світі приходить розуміння того, що мер є важливим актором розвитку міста, тобто працює слоган «Активний мер – успішне місто». Авторитетні видання створюють рейтинги найуспішніших світових мерів. Існує багато міжнародних об'єднань, де мери міст співпрацюють один з іншим для вирішення екологічних проблем, міграції, безробіття тощо.

Також напрямками дослідження міста у ракурсі соціології МВ можуть виступати глобальні мережі міст (як вертикальні, які утворюють каркас МВ, так і горизонтальні, більш прагматичні, конкретні, локальні), ідентифікація мешканців міст, у першу чергу глобальних, та конфлікти ідентичностей тощо. Таким чином, застосування соціологічної оптики дозволяє значно розширити погляд як на МВ в цілому, так і на місто у просторі МВ.

Література:

1. Бурдьє П. Социология социального пространства / П. Бурдьє; пер. с фр.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. – М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
2. Wright Q. The Study of International Relations / Q. Wright. – New York: Appleton-Century-Crofts, 1955.
3. Сафронова О.В. К вопросу о генеалогии конструктивизма в теории международных отношений / О.В. Сафронова. – Режим доступа: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990200_West_MO_2004_1\(2\)/10.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990200_West_MO_2004_1(2)/10.pdf).
4. Днепр разорвал побратимские отношения с городами РФ. – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2016/09/7/7119844>.

5. Киев разорвал побратимские отношения с российскими городами. – Режим доступа: <http://112.ua/kyev/kyev-razorval-pobratimskie-otnosheniya-s-rossiyskimi-gorodami-291315.html>.

А.О. Петренко-Лисак

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Свідомий містянин як складова міської культури

Між людиною та містом існує тісний взаємний зв'язок, який проявляється через активну діяльність і практики індивіда, а також через наявність смислового поля міської культури. Людина повсякчас самоактуалізується через культуру. Місто, міська культура – це своєрідна сфера ритуалів, правил та законів, звичаїв і традицій. Саме поняття «містянин» заключає у собі таке важливе значення як «містити», тобто прив'язку до місця, а оскільки місце є продуктом відношень, то індивід є проекцією, частиною інтерналізації міста. Сучасний містянин – статус, що виражається через стиль і спосіб життя індивіда в місті. Міський спосіб життя – це рутина фізіологічного виживання: від купівлі та вживання їжі до споживання комунальних благ, від прогулянок містом до користування транспортом. Тоді як стиль міського життя – це вираження міської культури, специфічні вподобання, пріоритети, бажання, рішення. Бути містянином, це не просто мати міську реєстрацію чи проживати/тривало перебувати на території міста, - це особливий світоглядний та поведінковий формат. «Місто неможливо зрозуміти без аналізу культурних проєктів, які створює людина, бо міська культура є насамперед антропологічним феноменом. Міська людина постає як окрема реальність, яка вибудовується і водночас занепадає у світі міста» [1, с.3].

Проблематика образу та стилю життя помітно з'являється в класичній соціології. Якщо дотримуватись розуміння К. Маркса, а його ідеологію можна застосувати переважно до опису способу життя, - то форма міського життя визначається пануючими в його інфраструктурі способами виробництва. Але М. Вебер вводить поняття «стиль життя», підкреслюючи, що в його основі лежить «класова ситуація», тобто статусне розміщення в соціальній структурі, зокрема в соціально-економічному вимірі. Проте, він зауважував, що класова (ринкова) ситуація – це лише висхідна умова формування стилю життя, що не гарантує відсутність відхилень. У цілому, стиль життя М. Вебер пов'язував передусім зі статусними групами. Отже, міський стиль життя формується як громадська поведінка, що маркована специфічними пріоритетами, етикою та етикетом.

Спосіб життя містянина охоплює всі сторони соціального життя людини, однією з яких є спосіб споживання міста та спосіб споживання в місті – сукупність форм споживацької поведінки, нав'язаної/прищепленої соціальним простором міста. Соціокультурний простір міста пропонує ресурси, програму споживання (цінності та норми), мову споживання (правила споживчих практик та їхню інтерпретацію). Зрештою, спосіб споживання прищеплює містянам соціокультурну міську ідентичність.

Стиль міського життя виражається в досить стійких формах індивідуальної

поведінки, яка є результатом вільного особистого вибору. Кодом міського стилю життя є стиль споживання, що є досить конкретним та прив'язаним до певного об'єкта – власне міста, його інфраструктури та послуг, людей та організацій. Стиль міського споживання – це стійкі форми використання тих чи інших благ, вільно обраних індивідом в межах можливостей, запропонованих міським способом життя. Маркером стилю міського життя є соціальна роль містянина.

«Буття людини у світі міста передбачає освоєння світу у його смисловій, ціннісній і часопросторовій цілісності. Внаслідок “антропологізації” міста і входження у його середовище відбувається формування індивідуального світогляду, тобто тієї онтологічної основи, звідки людина формується не тільки як городянин, але й як цілісна особистість. Фундаментальною умовою в освоєнні міста людиною є її відкритість до світу і в цілому усього потенціалу культури, оскільки індивідуально-особистісна визначеність людини не є чимось раз і назавжди даним. Відкритість є встановленням людини у місті, спробою олюднити його структурно-топологічний ландшафт, надати йому онтологічного виміру, тобто встановити два фундаментальні модуси буття – “буття у світі” і “буття світу”» [1, с. 156-157]. Власне «буття в світі» - то є «буття в місті», спосіб життя і споживання в місті і самого міста, а «буття світу» – то є «буття міста», стиль життя і споживання в місті і самого міста.

Стиль міського життя – це вибір у межах можливого. Якщо спосіб міського життя відображає структурні обмеження, що накладаються на містянина, і характеризує сферу його несвободи, то стиль міського життя, навпаки, відображає свободу вибору. Міський стиль життя має міжкласовий, міжнаціональний характер, і розвивається в межах різних способів життя. Власне, і міська культура плюралістична, множинна, неоднорідна.

Споживають місто як через спосіб, так і через стиль життя. В першому випадку містянин обмежений у виборі, він примушений до нього, його поведінка детермінована міськими правилами життя, він прив'язаний до свого мікросередовища, що стабілізоване традиційністю, має знаковий характер й не схильний до експериментів та інновацій. Тоді як стиль міського споживання є ознакою вільного вибору серед широких можливостей, що пропонує місто, має відносну автономію, досить мінливий та рухливий, має символічний характер і відкритий до будь-яких експериментів та інновацій.

Міська культура – це культура, де видно і де чути окремих особистостей, невеличкі групи, субкультури, це можливість побачити іншого. Коли говорять про занепад чи розквіт міської культури, то, на нашу думку, мова може йти в двох ракурсах: в аспекті змін в міському стилі життя та способі життя. Свідомий містянин, людина, що раціонально обрала місто для свого життя, реалізовується в місті в обох практиках: способі і стилі. Усвідомлення себе містянином означає відповідальну поведінку, активну позицію та обізнаність щодо подій в міському просторі, трансляцію міської культури. Міська культура – це сукупність проявів життя поза господарчими процесами, які прямо чи опосередковано об'єднують мешканців, формують не лише їхнє дозвілля, але уявлення про те, ким вони є (міську са-

моідентифікацію, зокрема).

Вислів «Повітря міста робить вільним» доречніше до міського стилю життя, ніж способу, адже спосіб життя в місті не завжди пропонує легкий і широкий вибір, тоді як стиль життя якраз. Громадянськість міського стилю життя є кодом міської свідомості. Усвідомлення себе містянином означає адаптацію або інкультурацію (enculturation, згідно визначення М. Херсковіця) у культурний час і простір міста, що передбачає певне індивідуальне зусилля. Свідомий містянин – це той, хто пройшов процес усвідомлення міста і самоусвідомлення себе у місті. «Світ міста не є даністю за своєю смисловою будовою, а існує як опосередкована символічна реальність, що потребує залучення індивіда до активної діяльності у місті» [1, с. 158].

Свідомий містянин – це відритий місту мешканець, готовий діяти в разі порушення міської культури, зазіхання на її реконфігурацію чи смислову трансформацію. При чому діяти не завжди заперечливо, але усвідомлено аналізуючи зміни й впроваджуючи або їхній прихід, або блокування. Він захищає місто, ретранслює його традиції, ритуали, смисли в часовому і просторовому вимірах. Саме свідомі містяни творять активний дискурс міста, його атмосферу та простір. Свідомий містянин – це індивід, що набув т.зв. досвід міста – опанував його культуру; це той, хто своєю суттю та існуванням творить та поширює міську культуру. При чому, міську культуру не як антипод сільській, а саме як культурну унікальність, *genius loci* конкретного міського поселення, його міську автентичність, патерни поведінки.

Література:

1. Карповець М.В. Місто як світ людського буття: філософсько-антропологічний аналіз: Дис. ... канд. філос. наук / М.В. Карповець. – К., 2013. – 224 с.

К.В. Познанська

Дніпродзержинський державний технічний університет (м. Кам'янське)

Типові гастрономічні практики жителів сучасного українського міста

Вивчення проблемного поля гастрономічних практик повсякденності дозволяє дати опис харчових норм у їх етнічній, культурній і соціальній обумовленості, а також проаналізувати механізми їхнього поширення й функціонування в різних культурно-історичних умовах.

Статусну або демонстративну теорію споживання їжі розроблював Т. Веблен [1]. Досить розгорнутою і змістовною є концепція смаку П. Бурд'є [2]. Цікавим також є підхід до споживання їжі, сформульований Е. Лічем [3]. Найцікавішою з погляду концепту їжі в культурі повсякденності є концепція С. Кириленко [4].

У вітчизняному соціологічному просторі теж з'являються цікаві дослідження гастрономічних і споживацьких практик: практико-перетворюючий потенціал гастрономічної культури та її вплив на суспільство досліджує В. Ніколенко [6, 8], питання діагностики суспільного життя через концепт «гастрономічна культура» відображені в роботах В. Бурлачука [9]; тенденції в сучасних гастрономічних практиках як символічні компоненти масової культури вивчає І. Набруско [10].

У постіндустріальному суспільстві продукти харчування і саме процес харчування набувають нових значень, їх символізація отримує свої особливості і форми. Такі соціокультурні чинники як процес глобалізації; формування нової структури нерівностей горизонтального типу; становлення суспільства споживання, віртуалізація вносять досить суперечливі тенденції у сферу практик споживання їжі. Серед інших, на думку С.А. Кириленко, домінують раціоналізація і уніфікація харчування, що виявляється у валеологічному підході до їжі, орієнтації на критерії науки про харчування, що відбиває функціоналізацію тілесного досвіду процесу формування нового габітусу людини [4]. Але національні традиції гастрономічних практик є могутнім фактором, що впливає і на сам габітус, що форсує гастрономічні вподобання та смаки.

Кухня кожного народу, традиційні звичаї, пов'язані із їжею, – одна з найважливіших частин його матеріальної культури. Національна кухня – своєрідний відбиток екосистеми, у якій формувався етнос. Вплив екологічних умов виражається у ступені доступності харчових ресурсів чи рівні інтенсивності обміну речовин у мешканців того чи іншого регіону планети [11, с. 19].

Люди можуть використовувати готівкові ресурси докільна набагато ефективніше, а головне, незрівнянно гнучкіше, ніж тварини. Людина спроможна змінити видобутий нею природний продукт. Розвиненіша кулінарна практика прагне надати продуктам деякі особливі властивості. Характерно, наприклад, прагнення надати продуктам рослинного походження риси, характерні для м'ясної їжі: її смак, жирність, почуття ситності, текстуру, зовнішні відмінності. Людина, на відміну тварин, не відносить їжу просто до необхідної підтримки життєдіяльності. Харчові заборони і нехарчове використання потенційних продуктів – феномени суто людські. Одна із особливостей харчування людини у тому, що їдять, як і чому, аби якимось вгамувати голод, тобто заповнити потреби організму в енергії і необхідних речовинах. У цьому, їжа як знак не відсилає до конкретних подій і традицій, але служить позначенням абстрактних, погано систематизованих явищ і стосунків. Інформаційним каналом в «харчовій» комунікації сучасного суспільства є способи споживання їжі, обстановка й оточення, у якому здійснюється обмін тими чи іншими значеннями. Ми отримуємо задоволення як від самого фізіологічного процесу їжі, так і від його символічного контексту. Образи і символи, які замінюють собою реальні харчові продукти, відсилають решту віртуальних образів, з'єднуючись хоча у хаотичний, але самодостатній, гіперреальний світ успіху і щастя [12, с. 205].

Традиційно українці харчувалися простою їжею, тим, що дозволяла вирощувати, збирати природа у кліматичних умовах території України. Традиційні гастрономічні практики не набули великих змін у сучасній Україні. Але на відміну від традиційного суспільства, де вживали їжу, що вирощували власноруч, сьогодні велика кількість населення купує їжу у магазинах, де існує значний вибір продуктів споживання. Американська дослідниця, хімік-технолог Елен Річардс, якій належать наукові розробки у галузі харчування, ще на початку ХХ ст. зазначила, що наявність вибору продуктів послаблює вплив традицій, як природного соціокультурного регулятора на повсякденний процес споживання їжі. Традиція сьогодні менше захищає людину від «неправильної», «не корисної» для здоров'я їжі. У магазині людина сама визначає, що і у якій кількості їй їсти, шкоду або користь вона отримає від їжі [13, с. 210].

Проаналізувавши традиційні національні практики українців ми підготували і провели соціологічне дослідження методом спостереження з метою з'ясування типових харчових практик середньостатистичних жителів сучасного українського міста. Включене спостереження проводилося у родинх жителів м. Кам'янського із середнім рівнем доходу, протягом 9 місяців з вересня 2015 по травень 2016 р. У результаті дослідження описані гастрономічні практики споживання 10-ти родин. Мета спостереження полягала у з'ясуванні гастрономічних практик споживання кожного дня, на свята (День народження, Новий рік, Великдень) та споживання під час релігійних постів.

Зокрема було встановлено, що кожного дня в усіх родинх спостерігався майже однаковий раціон, що переважно складався із яєчні, омлета або бутербродів на сніданок, обід з першої страви (борщ, суп, окрошка, м'ясні) та другої страви в яку входили м'ясо з гарніром та салат (взимку солоні/мариновані овочі); на вечерю каші, тушковані овочі, запечена риба. На головні «затратні» свята року Новий рік, Великдень, День народження членів родини традиційно готувався святковий стіл, що включав страви з м'яса, риби, м'ясні, рибні делікатеси, випічку, солодощі. Родини, що входили до кола спостереження не дотримувалися суворого посту, але значно менше вживали м'ясних страв під час великоднього посту, тобто у зимово-весняний період, вживали більше каш – гречана, пшоняна, вівсяна, а також макаронні вироби, картопляні страви, пісні перші страви. У результаті спостереження було встановлено, що популярні повсякденні страви у жителів м. Кам'янського такі: на сніданок вживання бутербродів (ковбаса з сиром), перша страва в обід борщ, друга гарнір з м'ясом (тушкова картопля з м'ясом, макарони з котлетою, каша з запеченою рибою). На вечерю макарони із салатом чи каша із запеченими овочами / рибою.

Під час свят переважають страви: тушкова картопля / пюре з м'ясом, запечене м'ясо / риба, відбивні/котлети, салати, на десерт – торт, цукерки. Під час посту: борщ з грибами, вівсяна каша із печеною рибою, салат, печені овочі.

Отже у родинх де проводилося спостереження популярні традиційні українські страви з переважанням у раціоні овочів. Страви з м'яса на столі завжди вважалися ознакою достатку, святковою їжею. Сьогодні жодне традиційне

українське святкове застілля не обходиться без м'ясних страв чи закусок.

Впродовж попереднього дослідження, приймаючи до уваги факт споживання традиційно великої кількості їжі рослинного походження українцями, у місті Кам'янське було проведене соціологічне дослідження гастрономічних практик методом опитування. Висунута гіпотеза про зростаючу популярність вегетаріанства, яке вже є не тільки практиками відмови від «їжі з очима» а й стилем життя все більшої кількості прихильників, які утворюють гастрономічні субкультури, а також протилежна гіпотеза, про традиційність вживання м'ясної їжі, як більш калорійної і потрібної людям, що працюють важко фізично на підприємствах міста. Вибірка складала 600 респондентів, серед яких опитано – 273 чоловіка та 328 жінок, віком від 15-25 років – 180 осіб, 26-35 років – 217 респондентів, 142 опитаних – віком від 36-45 років, віком від 46-55 роки – 48 осіб, 13 респондентів – віком більше 55 років.

Переважає більшість опитаних позитивно відносяться до вегетаріанської їжі, але лише 4% серед опитаних називають себе вегетаріанцями. Для більшості респондентів (61%) улюбленими стравами є страви, де поєднуються овочі та м'ясо, 19% віддали перевагу стравам із м'яса, найулюбленішою стравою у 8% респондентів є овочеві страви (12% не визначилися із гастрономічними вподобаннями). Респонденти вважають «чудовим джерелом енергії, здоров'я та вітамінів» чередування та поєднання овочевої та м'ясної їжі, даний варіант відповіді обрали 50 % респондентів, 33% опитаних впевнені, що мова йде про м'ясну їжу, суто овочевій їжі віддали перевагу 17% респондентів.

Тож, результати досліджень дозволяють відмітити, типовими гастрономічними практиками кам'янчан є вживання страв, рослинного та тваринного походження. Безсумнівно, традиційна національна кухня українців - сало, борщ, котлети, ковбаса і т.д., тобто ті страви в яких основним компонентом є м'ясо, мають значну популярність споживання. Навіть за низької купівельної спроможності більшість мешканців не відмовляються повністю від м'ясних страв, вживаючи овочі, заготовленні ще з сезону врожаю, намагаються на свята обов'язково готувати традиційні м'ясні страви. Серед жителів міста має розповсюдження думка про необхідність м'ясних страв у раціоні, через важку фізичну працю «робітникам слід харчуватись ситно та калорійно» що і практикується. Для більшості нашого міста традиційним свідченням достатку є м'ясо на гостинному столі.

Отже, типовими гастрономічними практиками жителів сучасного промислового міста Кам'янського є вживання страв, що поєднують овочі та м'ясо. Характерними є традиційні страви української кухні. Про розповсюдженість та популярність вегетаріанства серед кам'янчан, навіть зважаючи на користь та етичні моменти таких гастрономічних практик поки що говорити не можемо. Тож національні гастрономічні традиції мають стійкий вплив на гастрономічне споживання мешканців сучасного українського міста.

Література:

1. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

2. Бурдьє П. Соціальне пространство и символіческая власть / П. Бурдьє // Начала. – М.: Socio-Logos, 1994. – С. 181-208.
3. Лич Э. Культура и коммуникация: логика взаимосвязи символов / Э. Лич. – М.: Восточн. лит., 2001. – 142 с.
4. Кириленко С. Особенности символизации пищи в современном обществе / С. Кириленко. – Режим доступа: <http://redyar.samara.ru/index>.
5. Князева Т. Концепт їжі в культурі повсякденності / Т. Князева // Культура і сучасність: альманах. – 2010. – № 2. – К.: Міленіум, 2010. – С. 107-111.
6. Ніколенко В.В. Гастрономічний вимір суспільства: культурні та соціальні аспекти: монографія / В.В. Ніколенко. –Д.: Вид-во ДНУ, 2013. –384 с.
7. Ніколенко В.В. Феномен гастрономічної культури суспільства: соціологічна інтерпретація / В. В. Ніколенко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. праць. –Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2008. – С. 487-490.
8. Ніколенко В.В. Практико-преобразующий потенциал гастрономической культуры общества / В.В. Ніколенко // Вісн. Дніпропетровськ. ун-ту. Сер. Філософія. Соціологія. Політологія. – 2009. – Т. 17, № 9/2. – Вип. 19. – С. 236-240.
9. Бурлачук В. Трапеза як предмет соціологічного дослідження / В. Бурлачук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – № 4. – С. 179-186.
10. Набруско І. Сучасні гастрономічні практики як дзеркало українського суспільства; особливості та тенденції / І. Набруско // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. праць. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. – Вип. 18. – С. 315-321.
11. Етнографія України: Навч. посібник / За ред. проф. С.А. Макаруча. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – Л.: Світ, 2004. – 520 с.
12. Григоренко О.М. Еволюція теорії та концепції харчування людини / О. М. Григоренко // Вісн. Донецьк. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Техн. науки. – 2011. – № 1. – С. 205-217.
13. Носкова А. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики / А. Носкова // Вестн. МГИМО (у). Сер. Социология. – 2014. – № 6 (39). – С. 209-218.

М.О. Шевчук

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Екскурсія містом як засіб актуалізації міського патріотизму

Сучасні туристичні процеси в ході свого історичного розвитку набули складну та розгалужену структуру, багаточисельні форми реалізації та пронизують собою різноманітні сфери життя суспільства, впливаючи як на розвиток окремих соціальних структур так і на формування сучасної особистості.

Соціологією туризм досліджується як цілісний соціальний феномен, що відображає трансформаційні процеси сучасної соціокультурної реальності. Тобто туризм слід розглядати не лише як галузь економіки, індустрію відпочинку, а й крізь призму особистості, її індивідуальної системи цінностей, через її розвиток – соціалізацію, пізнавальну діяльність, самоствердження, культурне споживання, рекреацію. Туризм – це освоєння різних видів зовнішнього простору – географічного, культурного, соціального, політичного. Туризм – це форма реалізації особистості. Повсякденне буття людини обмежене місцем проживання, районом пересування між робочим місцем, магазинами, закладами обслуговуван-

ня і домівкою. А туризм – це виклик повсякденному і звичному, пересічному і обридлому. Він вабить у невідоме, непізнане і небачене.

Якщо говорити про традиційне визначення туризму в соціології, то М. Шульга визначає туризм як соціальне явище, з погляду значимості його змісту для особистості, – це різноманітна за формами людська активність, що полягає у фізичному переміщенні людини на великі відстані, тобто освоєння і підкорення географічного простору [1, с. 196]. Проте, якщо зважити що в процесі туристичних практик особистість взаємодіє не лише з географічним простором, а й з природнім загалом, а також культурним та соціальним. До того ж цей простір якісно відмінний від звичного ареалу життя туриста, від місця його проживання. Тому більш широким видається наступне визначення. Туризм – простір соціальної взаємодії, що складається з сукупності динамічних процесів, пов'язаних з добровільною тимчасовою зміною індивідами чи соціальними групами постійного місця проживання, режиму звичного життя в умовах нового оточуючого середовища, в наслідок чого виникають нові зв'язки з природнім, культурним, соціальним середовищем.

Але виникає питання: яким чином ми можемо називати туристичними екскурсії містом, такі нетривалі за часом та настільки наближені до постійного місця проживання, що можуть відбуватися зовсім поряд від дому чи місця роботи, включати екскурсії сусідньою вулицею?

На наш погляд, справа у характері емоційних переживань зміни оточення, зміни погляду на це оточення з повсякденного на позабудений. Британський соціолог Дж. Уррі назвав цей процес «туристичним поглядом», позначаючи ним особливість сприйняття оточуючого простору особистістю під час здійснення туристичних практик. Навіть найбуденніші речі сприймаються допитливо і яскраво в пошуках пам'яток, сувенірів, місць для яскравих та неповторних фото [2, с. 147].

У липні 2016 р. з метою вивчення специфіки локальних туристичних практик містян було проведено 20 інтерв'ю. Інформантами виступали учасники безкоштовних туристичних заходів, екскурсій містом Дніпро Free walking tour. Усі вони були мешканцями м. Дніпро, здебільшого молодого віку (лише один інформант був віком 56 років), з них 10 чоловіків та 10 жінок.

Аналізуючи отримані інтерв'ю, ми можемо виділити декілька загальних аспектів впливу на актуалізацію патріотичних установок.

У першу чергу, було помічено посилення почуття солідарності, про що свідчить рясне використання всіма інформантами займенників «ми», «наші» в словосполученнях «наше місто», «ми маємо пишатись», «ми маємо більше вивчати історію рідного краю» та інших. При уточненні, кого саме мають на увазі, інформанти зазначали всіх мешканців міста, але також часто додавали і «ми – це й група екскурсантів». Відмічали появу нових знайомств та дружніх стосунків протягом екскурсії. Тобто як ще один важливий наслідок таких заходів, ми можемо зазначити набуття мережевого капіталу. Джон Уррі в своїй роботі «Мобільності» визначає його наступним чином. Мережевий капітал – це здатність породжувати та підтримувати соціальні відносини з людьми, що не обов'язково знаходяться в гео-

графічному сусідстві, отримуючи від цих відносин емоційні, фінансові або практичні вигоди [3, с. 382]. Соціальні групи з великим мережевим капіталом користуються значними перевагами в процесі налагодження і переналадки соціальних зв'язків, отримуючи від них високі емоційні, фінансові та практичні вигоди, великі і не зводяться до отримуваних від того, що Бурд'є назвав економічним і культурним капіталами.

Також, важливим результатом місцевого туризму є авторефлексія місцевого населення себе як єдиної спільноти. Центральним елементом будь-якої спільноти є автонарратив і через туризм він успішно актуалізується. Так, вже згаданим «туристичним поглядом» наділені не лише самі туристи, але й місцеві мешканці, які в очікуванні на гостей оцінюють звичні ландшафти на предмет туристичного інтересу.

У просторі міста образи різних окремих місць, ландшафтів, національних емблем та символів набувають великої ваги та значення, оскільки формуються самими мешканцями водночас для презентації себе гостям міста, і для себе особисто.

Дніпро досить цікавий і показовий для аналізу з цього приводу, оскільки власне туристичність для Дніпра не є характерною рисою. До початку 90-х він був так званим «закритим для іноземців містом», через розташування в ньому ракетного виробництва, але навіть по зміні статусу офіційні органи влади не ставили собі за мету розвивати його туристичний потенціал. В офіційних зверненнях голови міста ми зустрічаємо метафори «Дніпропетровськ – ділова столиця України», «Місто комфортне для життя», але не йдеться про його туристичну привабливість і необхідність її розвивати.

Але тим не менше такі стихійні процеси розвитку туристичної сфери як поява в Дніпрі free-walking турів, ріст кількості коусерферів з Дніпра, поява таких проектів спільнокошту як «Квартал мистецтв», залучають все більше і більше звичайних мешканців Дніпра до участі в його туристичній розбудові та рефлексії над його простором для презентації іншому.

Окрім самого інтерв'ю ми попросили наших інформантів поділитися фотографіями, зробленими під час екскурсій. Їх сюжети допомогли виділити різноманітні форми візуалізації патріотизму:

- відновлення та створення нової міської атрибутики. Так поставлені цього року на Січеславській Набережній великі літери I-LOVE-Dnipro та їх аналог - рекламний стенд компанії Київстар на центральній площі міста були на всіх фотографіях інформантів. Цікаво, що сама конструкція цих об'єктів дозволяє фотографуватися не лише на фоні надпису, але й вбудовувати себе в цей напис, чим і користувались більшість наших респондентів.

- побудова унікальних споруд. Унікальні місцеві об'єкти, ті з якими місцеві мешканці пов'язують унікальність свого регіону. Серед них традиційно присутні історичні об'єкти, архітектурні, природні. Дніпро же має і новітні об'єкти цікаві для туристичного погляду.

Так, у жовтні 2012 року в Дніпрі був відкритий Культурний Єврейський

центр «Менора». І на перший погляд, ця подія стосується не зовсім української національної ідентичності. Але так було б якби ми розглядали національне лише в етнічному зрізі, а не в державно-політичному. Тож на нашу думку, підкреслення унікальності цього культурного центру, відзначення його як «Найбільший у світі» та розташування його саме в Дніпрі викликає почуття гордості у місцевих мешканців за своє місто і за свою країну, бо саме тут це стало можливим. На підтвердження цього маємо зазначити, що у день відкриття центр відвідали чимало дніпропетровців, які до єврейської спільноти не мають відношення.

У жовтні 2013 в Дніпрі був відкритий музей «Парк ракет» на підтвердження самопроголошеного звання Дніпропетровська – космічна столиця України, що підкреслює власну унікальність в межах національної спільноти.

З 2012 року організовуються регулярні безкоштовні екскурсії на завод Інтерпайп Сталь, що позиціонується як унікальний в національному масштабі – як перший завод в незалежній Україні, що побудований з «нуля», та один з найбільших виробничих комплексів такого типу в Європі та СНГ.

• реставрація старих та створення нових пам'ятників культури тощо. Об'єкти національного значення - напряду пов'язані з національною культурою та історією – національні музеї, театри, художні галереї, які апелюють до співучасті міста в історичному і культурному становленні нації.

У Дніпрі Історичний музей ім. Д. Яворницького активно виконує цю функцію і пов'язує історію міста з прадавніми часами не лише козацької доби, але й часів кочових племен. Цікавим об'єктом для туристичного погляду, з цієї точки зору стали так звані «скіфські баби», дійсна експозиція яких розташована поряд з самим музеєм і репліки на яких ми можемо побачити серед сучасного оформлення відремонтованої дніпровської набережної. Цей факт демонструє спробу міцніше нас прив'язати до нашої прадавньої історії на «банальному», повсякденному рівні.

Таким чином, ми бачимо, що туристичному погляду в місті Дніпро доступні об'єкти репрезентації місцевої та національної ідентичності у різних зрізах, які демонструють історичний, культурний, природний, промисловий, спортивний образи не просто міста, а міста інтегрованого в загальногромадянські процеси. Але важливо зазначити, що екскурсії містом приваблюють не усіх мешканців міста, часто цей вибір є наслідком вже існуючого інтересу до рідного міста і патріотичних почуттів. Тому некоректно говорити про формування силами туризму патріотичних настроїв. Але на наш погляд, доцільно говорити про їх актуалізацію таким шляхом, оскільки туристичні практики дозволяють знаходити все більше приводів для гордості за своє місто, свій регіон, свою країну і з більшою рішучістю ідентифікувати себе з побаченим, зі своїм історичним, культурним та соціальним оточенням.

Література:

1. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм / М. Шульга // Соціальний ареал життя особистості. – К.: Ін-т соціології НАН Україн, 2005. – С. 195-220.
2. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Дж. Урри; пер.с англ. // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научн. исслед. «Прагматика культуры», 2005.

– С. 136-150.

3. Урри Дж. Мобильности / Дж. Урри; пер.с англ. А.В. Лазарева. – М.: Изд. и консалтинг. группа «Праксис», 2012. – 576 с.

О.В. Миславець

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
**Міграційні процеси: культурні асимілятори як інструмент акультураційної
політики держави**

Міграція як процес переміщення людей постає найактуальнішим питанням сьогодення, переплітаючись з усіма аспектами життєдіяльності людства та створюючи умови розвитку суспільних процесів, котрі втілюються у різноманітні її форм та видів. Так, на тлі даних процесів, виникають питання щодо культурної єдності та протиріч країн донорів та реципієнтів, державних та регіональних політик, котрі зумовлювали б успішній адаптації до нових умов, як мігрантів, так і місцевих жителів. Тому, цілком логічно, що першочерговою необхідністю є виявлення базових принципів співіснування різних етнічних груп всередині полікультурного світового суспільства.

Отже, вивчаючи міграційні потоки, ми в першу чергу можемо розглянути їх крізь призму міжкультурної взаємодії як специфічні соціокультурні відносини між мігрантом та новоприбулим середовищем. Основи цих процесів лежать в глибинах культурно-ментальної несумісності, яку можна або загострити, або знайти механізм пом'якшення. «Культури, – як справедливо відзначав відомий український філософ і культуролог С.Б. Кримський, – монадологічні, замкнуті» [1, с. 97]. Кожна з них має свої цінності, моральні імперативи і психологію, які формувалися тисячоліттями. Глобальна культура не може витіснити культурне розмаїття.

У рамках новітніх невинних міграційних потоків на арену суспільних відносин виходить нове дійове обличчя «актор меншості». В умовах коли маніфестом епохи з одного боку є гасла мультикультуралізму та терпимості, а з іншого глобалізаційна гомогенізація, що відбувається неминуче за рахунок абстрагування від національних традицій і особливостей, основне завдання з котрим стикається людство є збереження своєї етнічної самобутності всупереч асиміляційному тиску з боку держави.

Однак, оперуючи поняттям нації в питаннях ідентичності, людина потрапляє в сферу жорсткої диференціації «свій – чужий», яку К. Мангейм характеризує як «ноологічна відмінність», що є перешкодою комунікації в суспільстві. Такий тип ідентичності характеризується герметичністю, оскільки по суті не передбачає інтеграції в систему чужорідних елементів [2, с. 81].

Як результат, опираючись на полярну модель міграційного процесу, а саме: збереження ідентичності – вдала адаптація та в умовах акультураційної трансмісії, що в рамках міграційних потоків постає процесом взаємообміну ціннісними установками в межах двох культур, питання продуманої державної політики по

роботі з мігрантами стає новим викликом сучасним демократичним системам.

Посилаючись на наукові та політичні розуміння процесів налагодження ефективного діалогу, варто зазначити, що вдала інкорпорація мігрантів в нове соціокультурне середовище пов'язана з низкою питань. А спектр цих проблем широкий: від правового статусу мігрантів – до їх психологічної комфортності. Саме тому для ефективного вивчення та аналізу цього питання, в рамках акультурації та адаптації на рівні законодавчих конструкцій та теоретичних гіпотез використовуються асимілятори та інтегратори, які виступають інструментом пристосування мігранта до приймаючого середовища.

Перші культурні асимілятори були розроблені американськими психологами і антропологами на початку 1960-х рр. під керівництвом Г. Тріандіса. У 1980-і рр. завдяки дослідженням культурологів Р. Брісліна і К. Кушнера з'явилася ідея загального культурного асимілятора, здатного допомогти людям адаптуватися до будь-якого інкультурного середовища [3, с. 62].

Розрізняють методи культурно-специфічних і загально-культурних асиміляторів. Культурно-специфічний асимілятор вперше був розроблений на початку 1960-х рр. і був орієнтований на поліпшення взаємин між учасниками міжкультурної комунікації з Саудівської Аравії і США. Ряд досліджень підтвердив ефективність культурних асиміляторів, проте були відзначені і недоліки цього методу, основними серед яких є обмеженість застосування методу з огляду його орієнтації на специфічні групи учасників міжкультурної комунікації.

Саме тому вчені звернулися до ідеї загального культурного асимілятора. Вони помітили, що незалежно від того, до якої культурно-специфічної групи належать учасники міжкультурної комунікації (будь то бізнесмени, дипломати або студенти), всі вони набувають схожий досвід адаптації до приймаючої культури.

Метод загального культурного асимілятора виходить з наступних передумов:

1) для учасників міжкультурних взаємодій характерний стан тривожності і побоювання, що їх очікування можуть не виправдатися і що вони виявляться психологічно не здатними включитися в життя місцевої культури;

2) їм властиве побоювання, що вони можуть стати об'єктом упреждень з боку місцевих жителів [3, с. 68].

Культурні асимілятори направлені на вироблення адекватного сприйняття відмінностей між мігрантами та новим культурним середовищем. Ці відмінності можуть стосуватися відносин людей на роботі, способів професійної і соціальної взаємодії, сприйняття часу і простору, мовних відмінностей, реакції на ієрархічні відносини і відмінності в цінностях.

У дослідженні, яке проводилося дослідниками А. Портес і Р. Румба в рамках теорії сегментної асиміляції виділялися основні типи ресурсів, на які мігрант може покластися задля успішної адаптації.

Перший тип – це державні програми, особливо часто цей спосіб допомагає політичним біженцям. Наприклад, багато дітей кубинських мігрантів отримали вищу освіту в рамках спеціальної квоти, тому зараз серед другого покоління кубинців високий відсоток освічених людей середнього класу. По-друге, частина мі-

грантів уникла упередженого ставлення до себе приймаючого суспільства. Зазвичай це європейці, які втекли від політичного переслідування в країнах комуністичного блоку за часів холодної війни. У цю категорію входять, наприклад, чехи і угорці, які виїхали після 1968 р., а також радянські євреї. Третій, найважливіший ресурс, це згуртованість самої етнічної групи. Якщо група мігрантів підтримує сильні зв'язки всередині своєї спільноти, а також досить економічно диверсифікована, то вона виробляє досить багато ресурсів, якими може користуватися в другому поколінні [4, с. 64-65].

На законодавчому рівні розуміючи специфіку міграційних світових потоків також розробляються спеціалізовані індикатори, котрі повинні сприяти інтеграції мігрантів в приймаючій країні.

У 2010 р. під час міністерської конференції в Сарагосі, було розроблено ряд індикаторів, котрі є загальними орієнтирами для всіх країн-членів ЄС. У 2011 р. Євростат опублікував усі сфери, для яких будуть розроблятися спільні індикатори: працевлаштування, рівень життя, освіта, соціальне включення та активне громадянство.

В умовах українських реалій, коли ні влада, ні суспільство не були готові до гострої воєнно-політичної кризи, а тим паче до виникнення нової соціально-незахищеної групи людей – ТПО, неможливо говорити і про планову державну політику культурного зближення та масової підтримки переселенців. Як зазначає спеціальний кореспондент «КП в Україні» А. Маслаков, однією з основних «переселенських» проблем є відсутність програм інтеграції. «Резолюція ПАРЕ закликала українську владу поважати право переселенців вільно вибирати: або повернутися додому, або інтегруватися в нові громади. Однак на ділі ми не зовсім допомагаємо. Ніяких програм з інтеграції немає, ніяких програм допомоги по поверненню теж немає», – про це журналіст заявив в ефірі радіостанції Голос Столиці [5, с. 125].

Таким чином, в умовах нестабільності міграційних потоків, котрі досить часто представлені культурно-різномірними представниками в межах одного географічного та соціально-культурного середовища, вдала адаптація та уникнення міжкультурних конфліктів змушує шукати наукову спільноту та уряди країн нові інструменти вдалої інкорпорації мігрантів, задля стабільності в поліетнічному соціумі.

На сьогодні основним способом успішного вирішення цих завдань є культурні асимілятори, котрі працюють, як на рівні державних програм так і на основі внутрішньогрупових зв'язків та установок.

В Україні, окрім створення Центрів допомоги переселенцям, які охоплюють мінімальне коло повсталих питань, проблема впровадження культурних асиміляторів лягає на плечі громад та волонтерів, що являється похвальною ініціативою, однак вона не в змозі ефективно усунути весь перелік домінуючих проблем. Звідси і витікає, масове невдоволення та складність адаптації на новому місці, що підтверджують соціологічні дослідження.

Таким чином, однією з умов вдалої адаптації переселенців та місцевих жителів є активне впровадження асимілятивних чинників, котрі здатні усунути соціально гострі питання та зменшити рівень соціальної напруженості.

Література:

1. Замараева Ю.С. Актуальность исследования отношения мигранта и принимающей среды в контексте современной философии культуры / Ю.С. Замараева // Наука и современность. – 2010. – № 4. – С. 89-100.
2. Шапинська Е.Н. Проблема Второго в современной культуре и культурологии / Е.Н. Шапинська // Знание. Понимание. Умения. – 2009. – № 3. – С. 79-95.
3. Инкультурация мигрантов: проблемы и пути решения: сб. научн. трудов по материалам межрег. научн.-практ. конф., 27-28 марта 2013 г. – СПб.: НУДБ, 2001. – 72 с.
4. Рзаева С.В. Этническая социальная сеть как механизм миграционных процессов и адаптации мигрантов в принимающем обществе: о понятии и устройства / С.В. Рзаева // Вестн. Томск. гос. ун-та. – 2015. – № 395. – С. 60-66.
5. Тищенко Н.І. Внутрішньо переміщені особи в Україні як проблема сучасності / Н.І. Тищенко // Молодий вчений. – 2014. – № 10. – С. 124-126.

М.А. Сокол

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара(м. Дніпро)

Патріотизм як продукт емоційного капіталізму

Дослідження даної теми актуалізовано популяризацією у ЗМК і розповсюдженням у фізичному просторі соціокомунікаційних кодів патріотизму. Також спостерігається феномен маркетингового патріотизму [1], який полягає у використанні патріотичних почуттів, настроїв населення з комерційною метою, що й призводить до спекуляції на патріотичності [11]. Як наслідок, дуальність у структурі патріотизму: превалювання емоційного компоненту і ситуативної складової [12, с. 208-212], що підтверджується даними як загальноукраїнських [2; 1], так і авторського («Патріотизм як соціальне явище кризового соціетального українського суспільства (на прикладі студентів ДНУ)» (N=320 осіб, березень-квітень 2015 р.) соціологічних досліджень [9]. Відповідно одним із чинників виступає феномен емоційного капіталізму, разом з процесами емоціоналізації, естетизації. І як результат виникнення «моди на патріотизм» [1], перетворення патріотичних почуттів на сучасний споживацький тренд [5].

Тому проблема нашої роботи пов'язана з протиріччям у конструюванні патріотизму як продукту емоційного капіталізму. Мета полягає у визначенні його характерних рис.

По-перше, ми пропонуємо розглядати патріотизм як системне соціокультурне явище, наповнене політичним сенсом і сконструйоване різними соціальними агентами, яке являє собою взаємозв'язки між особистістю і батьківщиною, державою, проявляється у позитивному емоційному ставленні до батьківщини і практичній діяльності на благо вітчизни [9].

Також необхідно визначити поняття емоційного капіталізму (або емоційного), який виступає не просто основою економічної системи, а й суспільно-політичним устроєм, новим соціально-політичним продуктом. Це простір виробництва і споживання, в якому відбувається обмін не товарами, послугами, сенсами чи ідеями, а емоціями, які у принципі виключені з комерційної сфери [3]. Соціально-політична громадянська активність стає ключовою комерційною сферою, а емоції стають публічними [8].

Так, стратегія капіталізації емоцій призвела до трансформації патріотичних почуттів і пережитих відповідних емоцій у ресурс продажу і споживання. Тенденцію їх комерціалізації можна прослідкувати в українському суспільстві останніх років, тим самим проаналізувати сплеск патріотичності 2014 року і подальший розвиток патріотичних настроїв, з їх переходом у соціальні інститути реклами і політики, бізнесу. Особливою рисою зростання патріотичних настроїв 2014 року, крім почуття гордості за свій народ, волепрагнення, готовності встати на захист країни, було ще відчуття закоханості в Україну. Патріотичній хвилі була властива карнавалізація, яка відобразилася у моді на вишиванки, у розфарбовуванні мостів у кольори державного прапора, синьо-жовтих стрічках на одязі [11]. Сама ж карнавалізація виступає механізмом символізації [6, с. 9] патріотизму, а державні символи – інструментами символізації патріотичних почуттів.

Взагалі державні символи – прапор, герб та гімн є засобами самопрезентації серед інших країн, а також позначають зв'язок теперішнього життя громадян із цінностями попередників, особливостями їх уявлень та способу життя, трагічними та героїчними подіями минулого [13, с. 49]. Тобто вони несуть певне змістовне наповнення, а у зв'язку з так званими феноменами «Революція гідності» і Майдан-2014, із соціально-політичними і військовими подіями в Україні актуалізується значення державних символів, вони наповнюються новим значенням. Так, саме процес символізації наповнює соціальні інституції певним характерним символічним значенням й продукує їх в процесі соціальної взаємодії. За допомогою механізмів емоціоналізації, естетизації, карнавалізації, дискурсивізації простору, ритуалізації [7, с. 73-76] і відбувається конструювання необхідних смислів, образів та ідей, що обумовлюють патріотичні практики [6, с. 9].

Реалізуючись за допомогою мовлення, що постає як універсальна матриця, і постулюючись посередництвом тексту, що є матеріальним втіленням дискурсу, сам дискурс залежно від обставин і цілей акторів може набувати найрізноманітніших форм – від власне письмових текстів (рекламні проспекти) чи усного мов-

лення до різноманітних зображень і символів [10, с. 10], зокрема державної символіки. Таким чином, спрощуючи сприйняття реальності, продуковані посередництвом дискурсу меседжі набувають загальнодоступного характеру, а їхнє застосування – максимальної ефективності [10, с. 12]. Значущість театралізації, карнавалізації та ритуалізації у сучасному соціокультурному просторі значно обумовлена перформативністю взаємовідносин, набуттям рис видовищності й гри. Із розвитком засобів масової комунікації, все більше набуває значення яскраве театралізоване дійство.

Окрім того, для театралізації часто властива зорієнтованість на побудову перформансів, організованих на центральних міських площах, у приміщеннях чи поблизу будівель [4, с. 15-31]. Але разом з тим відбувається поширення зображень державних символів не лише на архітектурних об'єктах, але й в особистому просторі людей, тим самим транслюється мода на патріотизм. Поширюються у медійному дискурсі емоційно забарвлені соціально-політичні гасла на тему патріотизму. Постає проблема феномену символізації й комерціалізації патріотизму.

Отже, у структурі сучасного українського патріотизму превалює емоційний компонент, а практичний проявляється у карнавалізації і символізації, певній формі споживання. Оскільки театралізації властивий симулятивний характер, на протигагу раціонально-розумовій аргументації, то це спричиняє домінування у просторі чуттєво-емоційної складової [4, с. 15-31]. Що й пояснює чому в українському суспільстві переважає номінальний патріотизм і тим самим доводить наш тезис про те, що патріотизм виступає продуктом емоційного капіталізму.

Література:

1. Дебенко І.Б. Механізми символізації в конструюванні політичної реальності / І.Б. Дебенко // Вісн. Нац. техн. ун-ту України «Київськ. політехн. ін-т». Сер. Політологія. Соціологія. Право. – 2012. – № 3. – С. 9-15.
2. Дослідження соціологічної групи «Рейтинг» «Динаміка патріотичних настроїв». – Режим доступу: <http://www.ratinggroup.com.ua/ru/products/politic/data/entry/14101>.
3. Ера емо-капіталізму. – Режим доступу: <http://rusyappi.ru/dovody/1713-era-emo-kapitalizma>.
4. Кожемякин Е. Медиадискурс / Е. Кожемякин // Современный дискурсанализ. Типы дискурсов: теоретические описания: Электронный журн. – 2010. – Вып. 2, т. 1. – Режим доступа: http://discourseanalysis.org/ada2_1.pdf.
5. Кусмарцев М.Б. Разговор из книги «Патриотизм в жизненном пространстве российского общества» / М.Б. Кусмарцев. – Режим доступа: http://o-patriotizme.narod.ru/Kusmarcev2_fenomen.htm.
6. Матецкая А.В. Процесс индивидуализации и мифологическое мышление в эпоху современности: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.13 / А.В. Матецкая. – М., 2007. – 47 с. – Режим доступа: http://www.scholar.ru/speciality.php?page=20&spec_id=109.
7. Петренко Г. 6 трендов украинского потребителя / Г. Петренко. – Режим доступа: <http://mmr.ua/specarticles/id/6-trendov-ukrainskogo-potrebitelja-2015-41753>.
8. Симонова О.А. Эмоциональный труд в современном обществе: научные дискуссии и дальнейшая концептуализация идей А.Р. Хохшильд / О.А. Симонова // Журн. исслед. соц. политики. – 2013. – Т. 11, № 3. – С. 339-354.
9. Сокол М.А. Патріотизм студентської молоді як соціальне явище у контексті сучасних соціально-політичних реалій (на прикладі студентів ДНУ) / М.А. Сокол // Соціологія у

(пост)сучасності. Зб. тез доповідей XIII Всеукр. наук. конф. студентів та аспірантів (м. Харків, 23-24 квітня 2015 р.). – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2015. – С. 124-128.

10. Сорока Ю.Г. Символи культури в соціологічному баченні: викладання соціології культури в умовах легітимації української культури / Ю.Г. Сорока // *Соціопростір: міждисциплінарний зб. наук. праць з соціології та соц. роботи.* – 2011. – № 1. – С. 49.

11. Товстиженко А.: «В Одессе патриотов не меньше, чем в Галичине». – Режим доступа: http://zn.ua/UKRAINE/tolko-3-ukraincev-hotyat-prisoedineniya-ih-oblasti-k-rossii-162782_.html.

12. Трунов Д. Иррациональный формы патриотизма / Д. Трунов // *Культурный мир меняющейся России: Материалы 15-й Всерос. конф. студентов, аспирантов, докторантов «Майские чтения»* (14 мая 2003 р.). – Пермь, 2003. – С. 71.

13. *Філософський словник* / за ред. В.І. Шинкарука. – К., 1986. – С. 3.

СЕКЦІЯ 4 ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ТА ІДЕОЛОГІЯ

С.С. Волинець

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президенті України (м. Дніпро)

Політична культура як чинник розвитку громадянського суспільства в Україні

Важливим пріоритетом розбудови України як суверенної держави з перших років її незалежності було проголошено формування громадянського суспільства, що являє собою суспільство зрілих громадян з високим рівнем політичної, економічної, соціальної, духовної культури, яке спільно з державою утворює розвинені правові відносини.

На сьогоднішній день процес розвитку громадянського суспільства характеризується наявністю замкненого кола: з одного боку, громадянське суспільство може розраховувати на успіх у своєму поступальному русі лише на основі існування досить зрілих форм і інститутів правової держави, з іншого – створенню таких форм і інститутів заважає слабкий розвиток основ політичної і правової культури, громадської самодіяльності та суспільної ініціативи в цілому більшості українських громадян [5, с. 13].

Як бачимо, важливе місце у становленні та розвитку громадянського суспільства посідає політична культура. Вона розглядається як чинник та детермінанта становлення громадянського суспільства, оскільки саме розвиненість складових громадянського суспільства найбільшою мірою представляється політичною культурою.

У широкому розумінні поняттям «політична культура» охоплюється весь спектр ціннісних орієнтацій, установок і стандартів політичної діяльності. У вузькому – рівень політичної свідомості і поведінки, культура діяльності громадсько-політичних інституцій і окремих діячів [3].

Політична культура як явище суспільного життя містить чуттєві й теоретичні, ціннісні й нормативні, раціональні й підсвідомі уявлення громадян, які допо-

магають їм усвідомити й розвинути всебічні зв'язки з інститутами влади й між собою щодо участі в управлінні суспільством і державою. Характер і стан політичної культури істотно впливають на формування політичної системи, на політичну поведінку людей та громадсько-політичних організацій.

Політична культура постає як культура політичного мислення і політичної поведінки. Вона значною мірою обумовлює ступінь цивілізованості політичного життя суспільства та визначає ставлення до нього з боку громадян. Від політичної культури вирішальною мірою залежать характер і напрями політичного процесу, стабільність і демократизм політичної системи суспільства.

Деякі автори виділяють ще поняття «громадянська культура» як різновид політичної культури, її вищий щабель. Громадянська культура передбачає, що суб'єкти політичного процесу в своїй діяльності керуються, насамперед, інтересами всього суспільства, підпорядковують їм свої приватні, корпоративні цілі. Дії цих суб'єктів спрямовані на дотримання громадянського консенсусу і здійснюються в межах правової держави. Громадянська культура визначається не тільки правовими, а й етичними (моральними) чинниками громадсько-політичної діяльності. Громадянська культура на відміну від культури політичної належить до сфери взаємодії населення, з одного боку, і влади – з іншого, а не до сфери протистояння окремих суспільних верств одна з одною.

Стан політичної культури в суспільстві залежить від багатьох параметрів: ментальності, закоріненості демократичної традиції, системи управління. Виняткове значення в набутті політичної культури мають суспільні ідеали. Їх відсутність спустошує людину, робить її байдужою та аполітичною.

Питання про шляхи формування політичної культури демократичного громадянського суспільства в Україні не є новим для вітчизняної політичної науки. Його висвітленню протягом багатьох років приділяли значну увагу політологи: Д.І. Видрін, Б.А. Гаєвський, О.П. Дем'янчук, В.А. Ребкало, С.Г. Рябов та ін. Ними зокрема підкреслювалася і особлива роль держави в цьому процесі. Однак, за відсутності чітких державно-управлінських механізмів, процес формування політичної культури населення і досі розвивається хаотично.

На думку О. Рудакевича, можна виділити наступні фактори, які впливали на деформацію й нищення політичного культурного надбання українського народу, а також основні напрями цього руйнівного процесу:

- нищення української державності через нав'язування українцям чужих їхньому менталітету та культурі політичних режимів;
- блокування історичної пам'яті українського народу, деформація і нищення його національної самосвідомості;
- використання різноманітних методів, засобів і форм політичного панування, за допомогою яких сіялося недовір'я та розпалювалася ворожнеча між верствами українського суспільства та регіонами; цілеспрямовано насаджувалися такі аморальні вчинки і дії, як безпринципність, політичні наклепи, підлабунство, кар'єризм ціною зради національних інтересів; чинилися суворі масові репресії проти вільнодумства;

– цілеспрямоване нищення головного носія політичної культури народу – його еліти;

– активні дії держав-володарів українських земель по підризу всієї системи культури українського народу [6, с. 17].

Не дивно, що за таких обставин політична культура сучасної України є неоднорідною та суперечливою, має посткомуністичний, пострадянський, постколоніальний характер і виразні ознаки фрагментарності.

На жаль, у нашій країні досі існують складності у формуванні політичної культури суспільства: заідеологізованість мислення; правовий нігілізм; нетерпимість до нетрадиційних поглядів; нерозвиненість громадських позицій; невисока політична грамотність основної частини населення, низька компетентність щодо політичних подій і процесів в суспільстві та в управлінні державою; певна апатія, настороженість, інколи – роздратованість у стосунках з державою; відчуження від політики, низька політична активність і взагалі громадянська пасивність значної частини населення; схильність більше розраховувати на зовнішню допомогу, ніж на власні сили тощо. Велика кількість громадян не уявляють своєї ролі у розробці політичних проектів та рішень [2].

На думку В.О. Мельника, політичну культуру українського суспільства можна ідентифікувати як межову – євразійську, як змішаний тип, у якому поєднуються елементи і підданської (здебільшого на Сході і Півдні), і активістської (здебільшого Захід і Північ) політичної культури, що ускладнює громадянську і цивілізаційну самоідентифікацію, нівелює бажання брати участь у діяльності політичних партій і рухів, викликає пасивність, недовіру в можливість власного впливу на політичні процеси, недовіру до політичних інститутів загалом [4, с. 120].

Регіональні відмінності в політичній культурі та громадській свідомості, а також неоднорідність процесів інституціоналізації громадянського суспільства у західних та південно-східних регіонах України пов'язані, насамперед, з історичними та культурними особливостями їх розвитку. Більш високий загальний рівень політичної культури західних регіонів обумовлює, відповідно, і більшу громадську активність населення, яке у них проживає [1, с. 28].

Як зазначає В.О. Мельник, однією з умов розвитку громадянського суспільства є усвідомлення громадянином своєї ролі як члена суспільства, наділеного певним комплексом прав і свобод, такого, що несе відповідальність перед суспільством, є виразником його інтересів у відносинах з державою, перетворення людини на активного суб'єкта політичного процесу. Це передбачає наявність в суспільстві високорозвиненої політичної культури, що обумовлює соціальну орієнтацію людини, прагнення до самореалізації як в інтересах суспільства, держави, так і у власних інтересах [5, с. 14].

Події Революції Гідності та воєнні дії на Сході України зумовили більшу увагу до питання трансформації політичної культури нашого народу. Характер сучасних соціально-політичних процесів дозволяє твердити, що політична культура українського суспільства стає національною та державницькою. Поступово відроджуються такі традиційні риси української політичної культури, як народоправство, толерантність, ліберальне ставлення до держави (не людина і нація для держави, а держава для людини і нації).

Подальші успіхи у справі трансформації політичної культури прямо залежатимуть як мінімум від чотирьох чинників: темпів становлення нових економічних відносин і нової ідентичності, динаміки зміни поколінь, характеру політичної соціалізації молоді, здатності суб'єктів політики до консолідації своїх зусиль.

Ключовими напрямками та завданнями формування політичної культури українського суспільства мають стати: формування демократичної політичної свідомості громадян, набуття ними досвіду та навичок активної політичної поведінки, подолання існуючої фрагментарності історичної пам'яті і становлення на цій основі громадянської політичної культури. Названі завдання мають вирішуватися шляхом загальної політичної соціалізації, політичного виховання та політичної освіти громадян, і повинні передбачати розуміння й творче засвоєння цінностей та норм демократії; визнання всіма громадянами цивілізованих форм прояву активності та вияву політичного протесту; виховання терпимості, лояльності, політичної толерантності, готовності до компромісів, партнерства [5, с. 15].

Отже, очевидним є той факт, що політична культура є важливим чинником розвитку громадянського суспільства та має стати справжньою передумовою широкої участі населення України в процесах організації суспільства і системи влади в ньому, формування єдиної політичної нації.

Література:

1. Іванюк М.І. Інститути громадянського суспільства у Західному регіоні України періоду незалежності / М.І. Іванюк. – Л., 2013. – 102 с.
2. Кальниш Ю.Г. Концептуальні засади формування політичної культури громадянського суспільства в Україні / Ю.Г. Кальниш. – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/01/04/politichnfi-kultura-gromadyanskogo-suspilstva.html>.
3. Литвин В.М. Політична культура українського суспільства: традиції та сучасність / В.М. Литвин // Столичные новости. – 2002. – № 10 (206). – 19-25 марта. – С. 4.
4. Мельник В.О. Політична культура в становленні громадянського суспільства в Україні / В.О. Мельник // Політол. вісн. – 2007. – Вип. 26. – С. 117-128.
5. Мельник В.О. Політична культура як чинник формування громадянського суспільства в Україні: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.03 / В.О. Мельник; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К., 2008. – 20 с.
6. Рудакевич О.М. Політичне відродження українського народу (Шляхи формування новітньої української політичної культури) / О.М. Рудакевич. – К.; Тернопіль: Поліграфіст, 1998. – 54 с.

К.В. Журбенко

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Політична комунікація в інформаційному суспільстві: соціологічний аналіз

Політична комунікація є невід'ємною частиною і однією з головних функцій політичної системи. При цьому політика здійснюється, перш за все, в інформаційному просторі - а інформація сьогодні стає технологічною основою комунікації. Так, політична комунікація як специфічний вид політичних відносин знаходиться в предметному полі вивчення ряду наукових дисциплін і суміжних областей знання. Сьогодні, коли кордони окремих наук розширюються, вивченням політичної комунікації займаються філософи, політологи, соціологи, економісти, психологи, фахівці з теорії комунікації, лінгвісти. Політичне мислення, політична дія і лінгвістична форма знаходяться в тісній єдності, що робить політичну комунікацію об'єктом міждисциплінарних досліджень. Таким чином, феномен політичної комунікації в інформаційному суспільстві являє очевидний інтерес для соціологів, а проблеми, що породжуються процесом передачі політичної інформації, одночасно виявляються об'єктом вивчення політичної соціології, яка досліджує "вплив всієї сукупності суспільних відносин на вироблення політики та діяльності політичної організації» [1, с. 8].

Як підкреслює М.А. Василик, політична комунікація є «своєрідним соціально-інформаційним полем політики», і її призначення в політичному житті суспільства можна порівняти зі значенням кровообігу для організму людини (за образним висловом французького політолога Ж. Коттре) [2, с. 514]. На сьогоднішній день термін «політична комунікація» інтерпретується як: 1) сукупність процесів та інститутів, що здійснюють інформаційний зв'язок між політичною системою і навколишнім середовищем, а також між елементами політичної системи; 2) конвергенція пропаганди і реклами, так чи інакше пов'язана з отриманням і утриманням політичної влади [3]; 3) процес передачі політичної інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини політичної системи до іншої і між політичною та соціальною системами.

На думку німецького вченого Карла Дойча, інформація приймається політичною системою через так звані рецептори (зовнішньополітичні - інформаційні служби, наприклад, і внутрішньополітичні - центри вивчення громадської думки), де відбувається селекція, систематизація та первинний аналіз даних, що надійшли. На наступній фазі нова інформація пов'язується з уже наявною інформацією і оцінюється з позицій цінностей, норм і стереотипів. Після цього уряд приймає рішення щодо регулювання поточного стану системи.

Серед сучасних форм комунікації одне з важливих місць займає комунікація за допомогою нових засобів масової інформації, яка дозволяє людині отримувати необхідні відомості «тут і зараз». Починається формування нового каналу політичної комунікації, динаміка розвитку якого може перевернути уявлення, як про систему забезпечення політичної діяльності, так і про традиційні інструменти політичної участі. Комунікація за допомогою нових медіа реалізується різними

суб'єктами політичного життя в ході парламентських і президентських виборів, в процесі здійснення поточної національної, регіональної та міжнародної політики, крім того, новітні конфлікти в політичній сфері проявляються у вигляді інформаційних війн.

Саме тому на сьогоднішній день соціологічні методи вивчення політичної комунікації є дуже актуальними і встановлюють, яким чином використання Інтернету та його похідних впливає на динаміку політичної комунікації в сучасному світі і в нашому повсякденному житті, а за допомогою останньої - на перебіг політичних процесів в суспільстві в цілому.

Література:

1. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография / М.Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
2. Василик М.А. Основы теории коммуникации / М.А. Василик. – М: Гардарики, 2003. – 615 с.
3. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации / О.Л. Гнатюк. – М.: КноРус, 2010. – 256 с.

О.О. Стариковська

Запорізький національний університет

Визначення поняття «громадська думка»

Поняття «громадська думка» зустрічається у художніх та філософських творах, соціологічних та маркетингових дослідженнях, психологічній літературі, передвиборчих компаніях політичних лідерів тощо. Однак дискусії про громадську думку здебільшого розкривають її значення у якості прояву явища людського життя, не висвітлюючи весь спектр розуміння, що веде до різноманіття тлумачень, підміни понять та звуження уявлень про даний феномен. Дану проблему досліджували Ф. Гольцендорф, Є. Ноель-Нойман, У. Ліппман, Б. Грушин, В. Оссовський, В. Полторак, О. Дмитренко та багато інших, сформувавши підходи до осмислення даного феномену.

В залежності від соціологічного підходу громадська думка проявляється в якості кількісної величини та визначається як сукупність негативних або позитивних оціночних суджень великих соціальних спільностей, що характеризують «ставлення людей до суспільно значущих подій і фактів, актуальних проблем суспільного життя» [2, с. 293]. Психологічний підхід визначає громадську думку як психологічний факт, що формується на рівні масової свідомості та визначається, як її стан [4, с. 106], складова частина суспільної психології [1, с. 288], чи одне із масовидних явищ психіки [5, с. 79].

Як вважають прихильники морально-юридичного підходу, громадська думка розглядається як особливий соціально-правовий інститут, а питання вивчення громадської думки являються «складовою частиною загальної проблеми правосвідомості» [3, с. 10]. Думка народжується всередині власного «Я», однак змушена виходити за її межі. Так, в свою чергу, під впливом інтересів і вимог формуються соціальні почуття, настрої, переживання, що створюють систему стереотипів та способу життя людей. Відбувається ефект зараження, що базується

на несвідомому прагненні людей прийти до загальної згоди. Тому громадська думка транслює моделі прийнятної поведінки та здійснює соціальний контроль.

Перед тим як реалізуватися у вчинках, громадська думка повинна бути засвоєною особистістю, прийнятися нею як належне та безумовне. Як зазначають дослідники: «сильне переконання непереможне, поки воно не зустрілося з таким же сильним переконанням: воно може боротися проти першого з шансом на перемогу. В релігії як і в політиці успіх належить завжди віруючим, але ніяк - скептикам» [6, с. 97]. Так, для того, щоб створюватись, громадській думці потрібен переконаний суб'єкт, лідер громадської думки та об'єкт на який він буде впливати, намагаючись схилити думку людей, вдало управляючи нею.

Крім сфери моральних, правових, релігійних відносин, громадську думку можна розглядати у сфері політичних відносин, де вона виступає «необхідним елементом функціонування політичної системи» [7, с. 164]. Згідно політичного підходу у впливі на формування громадської думки зацікавлені як громадськість, так і представники владних органів.

Як бачимо, поняття громадської думки включає більшість систем соціального знання, воно входить у всі сфери свідомості, включає моральну, релігійну, політичну, правову та інші форми, ґрунтуючись на раціональній, емоційній та вольовій складовій. Та головним методологічним інструментом досліджень поняття громадської думки є соціальна філософія, що розглядає це поняття через призму універсальності, виділяючи внутрішні, глибинні, стійкі зв'язки, завдяки яким існує цей складний феномен.

Соціально-філософський аналіз поняття «громадська думка» дає підстави розглядати його як самоорганізовану сукупність станів взаємодії елементів соціальної спільності, обумовлену їх домінуючими інтересами та потребами, що формує систему вільних оціночних суджень, які змінюються в процесі пізнання об'єктів природної і соціальної реальності під впливом соціально-політичних факторів на певній стадії історичного розвитку, передаються та успадковуються, перетворюючись в усталені норми, традиції, стереотипи, під впливом яких змінюється суспільство, як соціальний організм.

Не претендуючи на непогрішність, запропонована дефініція в той же час вказує на: по-перше, важливі складові громадської думки, а саме залучені в процес обговорення об'єкти природної і соціальної реальності, а також спільності людей, які мають інтерес до цих об'єктів; по-друге, визначає громадську думку, як об'єкт і суб'єкт пізнання; по-третє, визначає сутнісну основу громадської думки, в якості якої виступає самоорганізована людська взаємодія; по-четверте, звертає увагу на те, що ця взаємодія будує комунікативний простір, де створюється система оціночних суджень, таких необхідних для формування громадської думки; по-п'яте, вказує на мінливість громадської думки, визначаючи її, як сукупність станів, які змінюють один одного на певній стадії історичного розвитку; по-шосте, фіксує такі її особливості, як ефект зараження та наслідування; та, на останок, по-сьоме, повідомляє, що зміни у громадській думці впливають на саме суспільство.

Література:

1. Большая психологическая энциклопедия / авт кол.: А.Б. Альмуханова и др. – М.: Эксмо, 2007. – 544 с.
2. Городяненко В.Г. Соціологія: підручник для студ. ВНЗ / В.Г. Городяненко. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 560 с.
3. Ефремова Г.Х. Изучение правосознания и общественного мнения о преступности и деятельности правоохранительных органов: пособие по методологии и методики исслед. / Г.Х. Ефремова, А.Р. Ратинов. – М., 1989. – 368 с.
4. Ладченко Н.А. Учебный словарь по психологии / Н.А. Ладченко. – Росто-н/Д.: Феникс, 2012. – 224 с.
5. Немнов Р.С. Психология: словарь-справочник: [в 2 ч.] / ред. Р.С. Немнов. – М.: ВЛА-ДОС Пресс, 2003. – Ч. 2. – 352 с.
6. Социальная психология: сб. / под общ. ред. к.ф.н. И.В. Задорожнюка. – М.: Ин-т психологии РАН; Изд-во «КСП+», 1998. – 416 с.
7. Торяник В.М. Громадська думка і політична ментальність як компоненти політичної культури суспільства / В.М. Торяник // Право і суспільство. – 2013. – № 5. – С. 161-165.

Г.Г. Уджмаджурідзе

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Фактори конвенційної / неконвенційної політичної участі сучасних українських студентів (на прикладі студентської молоді ДНУ ім. О. Гончара)

Сьогоднішнє молоде покоління студентів має особливий статус в українській соціальній структурі. Як і всяке нове покоління воно має свої особливості та риси, однак важливо розуміти, що сьогоднішня студентська молодь зростала вже в нових соціокультурних та соціоекономічних умовах – її дорослішання припадає на період 2000-х років. Батьки цих молодих людей, здебільшого, народжувались вже у середині 70-х років, тому більше пристосовані до демократично-ринкових умов. Тому «нове» покоління вже знайоме із основними механізмами та перевагами як демократичного політичного устрою так і ринкової економіки; їх ціннісні орієнтації є більш постматеріалістичними, а отже – демократичними (громадянськими). Проте пасивне існування цих цінностей не призведе до побудови громадянського суспільства. Інклюзія індивідів у соціальне, громадянське та політичне життя – є сьогодні основним критерієм оцінювання міри розвиненості (сучасності) суспільства, а соціальна, громадянська та політична участь є індикаторами цього оцінювання [1]. Громадянськість треба виховувати через суспільні інститути соціалізації, і вищий навчальний заклад є таким інститутом.

Поділ усіх форм політичної участі на конвенційні та неконвенційні запропонував відомий американський дослідник феномену політичної участі Л. Мілбрайт [2]. Так конвенційні форми засновуються на конвенційній поведінці індивіда, яка включає дотримання норм права (закону) та/або норм традицій (моралі) щодо участі у політичному житті. Іншими словами, конвенційна політична участь сприймається як нормована усіма суб'єктами суспільного буття. До конвенційних форм відносять: голосування на різнорівневих виборах та референдумах (у тому числі навмисне пошкодження виборчого бюлетеню); партійну діяльність, участь у

зборах партії, роботу у партійних осередках; участь у виборчих компаніях, розповсюдження агітаційних матеріалів, жертвування грошей на виборчу кампанію, участь у масових агітаційних заходах; політико-інформаційну діяльність (розповсюдження навчальних матеріалів, збір підписів, оформлення звернень); участь у роботі громадянських організацій, діяльність яких торкається політико-владних відносин. Неконвенційні форми пов'язані із неконвенційною поведінкою, яка порушує певні норми права та/або традицій. До неконвенційних форм відноситься: бойкот, захоплення приміщень; акт громадянської непокорі, участь у демонстраціях та страйках; бунт, революція, політичний тероризм, блокування шляхів сполучень, захоплення урядових установ, зіткнення із органами правопорядку [3, с. 283]. На нашу думку, наведена вище типологія має низку недоліків: фактично критерієм вищезазначеної типології є можливість інституційного контролю владною елітою над формою участі, тому найбільш ефективні форми політичної участі можуть підпадати під неконвенційну форму. Окрім того, наведена типологія носить теоретичний характер і занадто опирається на існуючі у суспільстві норми та традиції, які носять темпоральний характер.

Можна стверджувати, що вищезазначена типологія була релятивною до умов американського суспільства 60-х років, проте сьогодні ця типологія носить теоретичний характер і навряд чи підтвердиться емпіричними даними. «Треба зазначити, що поділ на конвенціональну і неконвенціональну поведінку є умовним» [4, с. 46.]. Для підтвердження цього твердження ми проведемо статистичний аналіз показників політичної участі студентської молоді ДНУ ім. О. Гончара¹.

Задля вирішення цього завдання ми об'єднаємо усю запропоновану в дослідженні множину форм політичної участі у дві групи, які мають відповідати конвенційному та неконвенційному типам політичної участі. Зробимо ми це за допомогою процедури факторного аналізу². (див. табл. 1).

Побудовані фактори доводять те, що типологія Мілбрайта сьогодні носить теоретичний характер. Хоча направленість факторів, частково, відповідає поділу на законну (контрольовану) і незаконну (неконтрольовану) активність, вочевидь такий критерій типологізації більше не є прогностичним.

¹ 400 студентів II і IV курсів 10 факультетів університету. Вибірка багатошарова із квотуванням на останньому шаблі одиниць спостереження. При довірчій імовірності в 95% максимальна похибка становить 4,8%.

² Застосовувався метод головних компонент та обертання за методом Varimax. Побудовані фактори пояснюють близько 31% дисперсії. Критерій Кайзера-Мєєра-Олкіна дорівнює 0,755, що свідчить про прийнятну адекватність застосування факторного аналізу.

Таблиця 1

Факторний аналіз форм політичної участі студентів ДНУ

	Фактори	
	Конвенційна участь (9,14%)	Неконвенційна участь (21,833%)
Переконування у правоті політичних поглядів	0,655	0,038
Пасивна участь у революційних подіях 2013-2014 років	0,595	0,173
Бойкот товарів з (гео)політичних міркувань	0,592	0,023
Носіння політичної атрибутики, розповсюдження агітаційних матеріалів	0,555	0,173
Голосування на виборах до парламенту	0,497	-0,048
Підтримка онлайн-петицій	0,444	0,188
Голосування на виборах до місцевих органів влади	0,398	0,015
Участь у бойкоті рішень органів влади	-0,044	0,66
Участь у мітингах, демонстраціях, страйках	0,269	0,633
Пікетування державних установ	0,054	0,616
Участь у захопленні будівель державних установ	-0,136	0,615
Інші форми	-0,016	0,55
Взаємодія із політиками, представниками уряду, місцевої влади	0,256	0,535
Робота в громадянській або волонтерській організації	0,284	0,493
Активна участь у революційних подіях 2013-2014 років	0,32	0,486
Робота у політичній партії	0,353	0,434
Блокування шляхів сполучення	-0,019	0,426
Членство в громадській організації, волонтерському русі	0,259	0,403
Підписування колективних звернень, петицій	0,29	0,365
Членство в політичній партії	0,074	0,311

У побудованих факторах велика кількість індикаторів відноситься як до однієї, так і до другої групи. Загалом, чисто конвенційними є наступні форми політичної участі: переконування у правоті політичних поглядів; бойкот товарів з (гео)політичних міркувань; голосування виборах до парламенту; голосування на виборах до місцевих органів влади. Чисто неконвенційними: участь у бойкоті рішень органів влади; пікетування державних установ; участь у захопленні будівель державних установ; інші форми; блокування шляхів сполучення; членство в політичній партії. Можна стверджувати, що критерієм конвенційності (а отже й масовості) форми політичної участі для сучасної студентської молоді є характер складності форми участі та усталеності політичних інтенцій індивіда. Тобто, чим складніша організаційна складова форми та чим більше вона потребує визначеності політичних інтенцій індивіда, тим вона неконвенційніша. Таким чином, цінності сучасного українського студентства не можуть вважатися достатньо громадянськими або постматеріалістичними, бо традиційно-конвенційні форми політичної участі західних демократій у українського студентства підпадають під тип некон-

венційних форм.

Далі ми вважаємо за необхідне визначити: які саме чинники впливають на участь студента у конвенційному чи/та неконвенційному типах політичної участі. У соціологічній літературі існує декілька підходів (моделей) щодо пояснення чинників політичної участі індивідів (див.: [5-7]). Багато параметрів цих моделей є взаємопов'язаними та повторюваними, тому індикатори, які були використанні у опитуванні, загалом, описують дві моделі: структурно-нерівнісну та ціннісно-волонтаристську. Перша модель об'єднує індикатори соціальних нерівностей, що конструюють стратифікаційну матрицю сучасного суспільства; друга – когнітивно-психологічні, мотиваційні та ціннісні індикатори. У визначенні впливу цих індикаторів нам допоможе бінарна логістична регресія. Для побудови рівняння логістичної регресії було створено дві дихотомічні змінні: «Конвенційна політична участь» та «Неконвенційна політична участь». Перша приймає значення 1, якщо респондент брав участь хоча б в одній із форм конвенційної політичної участі (див. табл. 2) за останній рік, та значення 0 – якщо в жодній з конвенційних форм участі не брав. Друга приймає значення 1, якщо респондент брав участь хоча б в одній з форм неконвенційної політичної участі (див. табл. 2) за останній рік, та значення 0 – якщо в жодній з неконвенційних форм участі не брав.

Побудована модель для конвенційної політичної участі є більш якісною та прогностичною аніж модель неконвенційної політичної участі. Це свідчить про те, що існують додаткові чинники неконвенційної політичної участі студентської молоді, які не були нами враховані.

Найвпливовішими предикторами включення студента ДНУ у конвенційну політичну участь виявилися: політичний волонтаризм: чим сильніша готовність індивіда включитися у розв'язання проблем громади тим вірогідніша його конвенційна політична участь; інтерес до політики: високий інтерес політикою та політичним життям позитивно впливає на можливість участі; рівень освіти батька: низький рівень освіти батька сприяє конвенційній політичній участі студента. Усі наведені чинники є значимими та впливовими, що підтверджують результати кореляційного аналізу.

Найвпливовішими предикторами включення студента ДНУ у неконвенційну політичну участь виявилися цінності самовираження: позаучбова активність по самовираженню та самовдосконаленню позитивно впливає на вірогідність неконвенційної політичної участі; політичний волонтаризм: чим сильніша готовність індивіда включитися у розв'язання проблем громади тим вірогідніша його неконвенційна політична участь; політична компетенція: чим гірше студент обізнаний про права та обов'язки владних структур тим вірогідніша його неконвенційна політична участь, проте кореляційний аналіз не підтвердив високу важливість даного чинника.

Таблиця 2

Бінарна логістична регресія та показник часткової кореляції для залежних змінних «Конвенційна політична участь»³, «Неконвенційна політична участь»⁴

Чинники	Конвенційна політична участь				Неконвенційна політична участь			
	Логістична регресія		Кореляція		Логістична регресія		Кореляція	
	B	Sig	R	Sig	B	Sig	R	Sig
Інтерес до політики	0,588	0,007	0,190**	0,004	0,088	0,552	0,123	0,062
Ідеологічна ідентифікація	-0,197	0,748	0,037	0,571	0,545	0,177	0,112	0,088
Цінності самовираження	-0,113	0,809	0,034	0,608	1,138	0,001	0,234**	0
Політичний волюнтаризм	1,193	0	0,311**	0	0,555	0,002	0,290**	0
Політична ефективність	-0,277	0,194	0,075	0,254	-0,079	0,577	0,089	0,177
Політична компетенція	-0,119	0,629	-0,051	0,437	-0,442	0,008	-0,095	0,149
Стать (1 – чоловік)	-0,644	0,196	-0,075	0,257	-0,378	0,221	-0,047	0,48
Мова спілкування (1 – українська)	0,364	0,516	-0,032	0,628	-0,499	0,188	-0,061	0,356
Релігійність	-0,172	0,691	0,002	0,978	-0,327	0,276	-0,013	0,842
Країна походження батька (1 – Україна)	-0,752	0,161	-0,074	0,265	0,58	0,15	0,129	0,05
Країна походження матері (1 – Україна)	0,695	0,3	0,073	0,267	0,132	0,746	0,016	0,808
Рівень освіти батька	-0,524	0,034	-0,151*	0,022	0,1	0,495	0,016	0,804
Рівень освіти матері	0,216	0,376	-0,023	0,731	-0,166	0,295	-0,009	0,891
Матеріальний рівень життя	-0,027	0,912	-0,02	0,764	0,06	0,71	0,099	0,133

Література:

1. Савельєв Ю. Суперечності концепції соціального виключення і включення: вплив соціально-політичного дискурсу на соціологічні теорії / Ю. Савельєв // Вісн. Київськ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Сер. Соціологія. – 2012. – Вип. 3. – С. 33-41.
2. Milbrath L. Personality Correlates of Political Participation / L. Milbrath, W. Klein // Acta Sociologica. – 1962. – Vol. 6, № 1. – P. 53-65.
3. Лисеєнко Е.В. Политическое участие населения Украины: особенности, характер, формы / Е.В. Лисеєнко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2010. – Вип. 16. – С. 281-284.
4. Резнік О. Громадянські практики в перехідному суспільстві: чинники, суб'єкти, способи реалізації / О. Резнік. – К.: ІС НАНУ, 2011. – 336 с.
5. Резнік О.С. Пояснювальні можливості теоретичних підходів до вивчення чинників громадянських практик / О.С. Резнік // Український соціум. – 2009. – № 4 (31). – С. 150-159.
6. Савельєв Ю. Факторы и взаимосвязь политического, гражданского и социального участия в европейских обществах / Ю. Савельєв // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2014. – № 3. – С. 56-72.
7. Куценко О.Д. Сохраняют ли значение классовые основания политического участия? / О.Д. Куценко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2006. – № 3. – С. 92-115.

³ R² Нейджелкерка = 0,690; Правильно класифіковано 89,2% об'єктів.

⁴ R² Нейджелкерка = 0,229; Правильно класифіковано 70,6% об'єктів.

М.В. Кузнецова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Симулятивні практики в політичному просторі України

Проблематизація ефектів віртуалізації і симуляції пов'язана, перш за все, з надзвичайно рухливою природою сучасного типу соціальності, що спричиняє радикальні зсуви звичного соціетального порядку, стимулюючи зростаючу дезадаптацію і непередбачуваність колективних соціальних практик. Концепція постмодернізму створює понятійну рамку для аналізу «нових» контекстів буття, орієнтуючись на аналіз фрагментарного, внутрішньо надломленого і нестійкого – до того, що вже саме по собі «волає» проти «догматичного» тяжіння до закінченого і завершеного. Зважаючи на викладене, в середовищі інтелектуалів зріє природне занепокоєння – чи існує реальний сучасний світ, соціальна й інші підсистеми, або це лише їх симуляція?

В епоху «модерніті» як називав її З. Бауман, політичні інститути були сформовані як комплекс норм, що визначають способи постановки і вирішення проблем володіння владою. В епоху «постмодерніті» ці базові компоненти політичних практик починають процес симуляції, викликаючи тим самим віртуалізацію інститутів – виборів, держави і партій [2, с. 49]. Боротьба за політичну владу в сучасному світі – це не боротьба кращих стратегій розвитку держави або програм дій партій. Тепер це тотальна боротьба знаків, образів - іміджів.

Політичне середовище тепер має свою гіперреальність, де існують не реальні люди і дії, а їх симулякри. Іміджмейкери створюють образ політичного діяча і партії за принципом затребуваності в конкретному суспільстві тих чи інших характеристик політичного суб'єкта. Таким чином, їм приписуються фантомні характеристики для посилення атракції у групах електорату.

Масова демократія втрачає свою основну суть. Наприклад, в Україні більше не відбувається істотна зміна чиновників-експертів, які виконують паперову роботу по управлінню. Громадяни обирають тільки публічних політиків, які створюють ілюзію роботи політичної влади. Їх мета – створення певного образу державної влади, політичної еліти та робота на публіку.

Основні принципи демократії (поділ влади, парламентаризм, багатопартійність) стають звичайними символами і образами. Адже парламентська більшість формує уряд – Кабінет Міністрів, президент має право розпустити парламент, націоналісти блокуються з комуністами.

Політичні партії трансформувалися в «марки» - емблеми і гучноголосі рекламні слогани і «меседжі». Для підвищення рейтингу використовуються гучноголосі назви (УКРОП, Опозиційний Блок, Відродження, Самопоміч), з яких одразу зрозуміло, якій політичній орієнтації вони приналежать. Реальні вчинки і громадські справи замінюються їх ілюзією [3].

У сучасних умовах розрізнити знаки і реальність неможливо. У тому числі і в політичній сфері. Ж. Бодрийяр [1] пише, що у сучасних обставинах від політичної

дії потрібно, щоб вона якомога якісніше приховувала реальність, що знаходиться за нею і відповідало соціальному ідеалу правильної репрезентації.

Політична реальність сучасної незалежної України також насичена симулякрами, імітаціями справжнього. Дискурсивні практики – є одним із сегментів маніпуляції у політиці.

Наприклад, такі мовні концепти як «Крим – це Україна», «децентралізація влади», «основа українського суспільства – середній клас», «вступ України до ЄС та НАТО», «призначення якісної соціальної допомоги бійцям з зони АТО», «підвищення пенсій» і «забезпечення високого рівню життя» є симулякрами, адже не мають вже жодного зв'язку з українськими реаліями. Вони утворюють власний гіперпростір, де Україна успішна та квітуча країна, яка знаходиться на шляху реалізації своїх мрій. Тобто той факт, що українське суспільство знаходиться у стані кризи ігнорується та виокремлюється з контексту, йому не має місця у штучній реальності.

Застосовуючи концептуальну рамку аналізу симуляції, як процесу створення симулякра, запропоновану французьким вченим Ж. Бодрійяром, на прикладі дискурсивної практики, яка присутня майже у всіх програмах політичних партій – «Крим – це Україна», ми проаналізуємо процес виникнення симулякру, який у процесі становлення проходить 4 етапи [1].

На першому етапі становлення симуляції та створення гіперреальності, знак виступає як відображення базової реальності, її дійсна копія. У нашому випадку, знаком першого порядку виступає визнання того факту, що Крим є окупованою територією.

На другому етапі переходу від знака до симулякра, перший починає маскувати існуючу реальність. Тоді знаком другого порядку є поява у дискурсі політиків України твердження про те, що в Автономній республіці Крим проживають українські громадяни і тому, його потрібно повернути до складу нашої країни. Але на цьому ж етапі починається продовольча блокада.

Третім порядком становлення симулякра як псевдоречі є фальсифікація реальності і приховування її відсутності. Саме на цьому етапі з'являється чітке поняття «симулякр» – копія того, чого немає. Тобто Крим є частиною незалежної України – це і є приховування дійсності. Хоча вже існує кордон з цим «суб'єктом» нашої країни.

На четвертому етапі йде повна втрата зв'язку з реальністю. Знак стає власним симулякром. Він вже не приховує, що реальності не має. Так територія півострову Крим досі є на картах України, Верховна Рада вносить зміни у назви різних об'єктів на його території – аеропорту у м. Сімферополі. Але вони не діють у реальному житті. Так створюється гіперреальність за допомогою політичного дискурсу, у якому з'являються симулякри.

І другим прикладом, який проаналізуємо за цією ж концептуальною рамкою перетворення знака в симулякр і створення штучної реальності є «боротьба з корупцією».

Першим порядком знака виступає визнання того, що в Україні є серйозна проблема – корупція та хабарництво у всіх сферах суспільного життя. І потрібно починати її якось вирішувати. Так з'являється реальна копія дійсності.

Другим порядком знака є початок боротьби з корупцією. З'являються законодавчі акти, звіти антимонопольних комітетів. Тобто складається враження, що ця проблема дійсно починає вирішуватися. Третім порядком знака є приховування корупції, йде імітація спроб вирішення проблеми. У засобах масової інформації починають транслювати сюжети про затримання корупціонерів, у газетах з'являються статті, що описують, які саме методи для цього використовуються. Приводиться динаміка скорочення корупції за останній час. Таким чином, ЗМІ конструюють симулякр і альтернативну реальність, у якій в Україні дійсно йде люстрація чиновників.

Симулякром четвертого порядку є апогей боротьби. Реальна боротьба заміщується симуляцією. Показовою є публікація на цю тему в мережі Інтернет інформації про офшори українських політиків, які успішно «борються з корупцією». Це і є доказом появи у політичному дискурсі та у самій українській політиці гіперреальності.

Таким чином, політична система і простір України є гіперреальним. Вибори на головні державні посади, передвиборчі кампанії, виступи політиків на телебаченні є симулятивними практиками, які дозволяють імітувати існування політичної сфери у формі, в якій вона існувала в епоху «модерніті».

Назви політичних партій, імідж політиків, їх програми, гасла – це симулякри, завдяки яким стає можливим процес підміни реальності надреальністю. Так політика стає імітацією і перестає існувати у своєму первозданному вигляді.

Основним завданням української політики стає постійне знаходження в полі зору, бути видимою і почутою, симулювати виконання обіцянок, але при цьому нічого не казати прямо, бути не зрозумілою. Реакція більшості проявляється в ігноруванні політичних рішень, відсторонення від політичного життя. Виконання соціальних ролей політиків і кандидатів у державні чиновники, а також ролі виборця стають віртуальним.

Література:

1. Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры /Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml.
2. Иванов Д. Виртуализация общества / Д. Иванов. – Режим доступа: http://www.lib.ru/POLITOLOG/ivanov_d_v.txt_with-big-pictures.html.
3. Ким М.А. Роль симулякра в современной культуре / М.А. Ким // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 11. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-simulyakra-v-sovremennoy-kulture>.

К.А. Пігур

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

**Образ лідера на сторінках видань «Фокус» та «Кореспондент»
(за результатами контент-аналізу)**

У сучасних умовах в Україні актуалізується проблема формування соціально активної особистості. У перелік значущих характеристик такої людини зараховують лідерську позицію як прояв цілеспрямованої активності суб'єкта, що перетворює дійсність і вдосконалюється. У цьому контексті актуалізується проблема лідерства як соціальної позиції людини, сутність якої пов'язується зі здатністю об'єднати навколо себе однодумців для вирішення соціально значущих справ.

Вивчення особистісних характеристики лідера важливі не тому, що добре узгоджуються з певною природною здатністю вести за собою, але тому, що впливають на сприйняття тих, кого потрібно за собою вести. Ці сприйняття, в свою чергу, впливають на готовність йти за лідером і реакції на поведінку лідера. Широко поширена прихильність стереотипам, що стосуються зовнішності та поведінки «справжнього лідера», робить неминучим висновок, що люди, котрі відповідають цим уявленням (або володіють таємничим якістю – харизмою), мають всі шанси стати ефективними лідерами [3]. Знання, що особистісні характеристики людини відіграють важливу роль в оцінці іншими людьми його відповідності ролі лідера, актуалізує проблему вивчення презентації образу лідера в ЗМІ.

Виділяють два основних напрямки впливу ЗМІ на формування суспільної думки [5]:

- семантичне маніпулювання, що припускає ретельний відбір і спеціальне компонування понять, що викликають, або позитивні, або негативні асоціації, що дозволяє впливати на сприйняття інформації. Оскільки метод заснований на певних асоціаціях, дозволяє легко вплинути на людину в силу її звичок і переконань;

- формування стереотипів. Стереотипи формуються під впливом двох факторів: без свідомої колективної переробки й індивідуального соціокультурного середовища, а також, безумовно, при цілеспрямованому ідеологічному впливі за допомогою ЗМІ. За допомогою стереотипів легко маніпулювати свідомістю людини, оскільки стереотип тісно пов'язаний із життєдіяльністю суспільства в цілому й конкретних груп людей, зокрема.

У зв'язку з вище сказаним є очевидним, що каналом комунікації лідера з масою у більшості відбувається через ЗМІ, оскільки чим більше людина хоче стати впізнаваним, тим більше йому стає необхідним розвивати комунікативні здібності і в тому числі взаємодіяти зі ЗМІ. Лілліан Браун говорить про те, що навіть сам «громадський діяч» перетворюється в «діяча засобів масової інформації», тому що вплив ЗМІ на життя суспільства незаперечно і вимагає від публічної особи навичок необхідних для спілкування з пресою і публікою [1].

Компоненти образу суперечливі, оскільки відображають розбіжність між особистісними якостями цих лідерів і тими рольовими вимогами, які пред'являються до них суспільством з урахуванням соціально-політичної та економічної обстановки, між реальним іміджем і «еталонним образом», вже сформованим в суспільній свідомості [4]. Тому актуальним стає вивчення впливу засобів масової інформації на формування образу політичного лідера, оскільки конструювання образу здійснюється в умовах віртуальної реальності, яка утворилася завдяки засобам масової комунікації, в першу чергу телебаченню, а також глобальній мережі Інтернет.

Наше дослідження було проведено з метою виявлення особливостей образу українських лідерів в ЗМІ. В нашому випадку це преса. Були обрані суспільно-політичні журнали «Фокус» і «Кореспондент», які вважаються одними із найпопулярніших у своєму форматі в Україні (у «Кореспондента» середня відвідуваність сайту у 2015 році становила 313 тис. чол. в день, у «Фокус» – 114 тис. чол. в день).

Використовувався метод контент-аналізу. Були проаналізовані 2 періоди: 2013/2015-2016 рр. Дані роки обиралися як найбільш значущі для історії сучасної України, оскільки вони характеризувалися, важливими соціально-політичними подіями, в першу чергу це пов'язано з Євромайданом та проведення Антитерористичної операції на окупованих територіях України.

Вибірка. Журнали виходять 5 разів на тиждень. Були відібрані всі публікації за період з 1 січня 2013 по 31 грудня 2013 року, та з 1 квітня 2015 по 1 квітня 2016 року. Метод вибірки – механічний, з кроком 3. Одиницею виміру є появи ознак тексту, наявність в статтях.

За результатами дослідження ми можемо встановити, що найчастіше у ЗМІ фігурують чоловіки-лідери. стереотип, який вже довгий час сформований у суспільстві, що чоловіки більш, ніж жінки, придатні для керівних посад в силу притаманних їм стилів лідерства. Вважається, що чоловіки більш схильні до директивного і авторитарного стилям, орієнтованим на завдання, в той час як жінки тяжіють до демократичного стилю, який характеризується участю в спільній роботі та частіше пасивні у плануванні публічної або ділової кар'єри. Взагалі, на нашу думку, питання про відповідний стиль – коли використовувати навички жорсткого або м'якого управління – в рівній мірі відносяться до чоловіків і жінок, і не повинні бути затьмарені традиційними гендерними стереотипами. Загалом, жінкам як лідерам в їхніх професійних сферах небагато приділяється уваги в ЗМІ. Так у 2013 році в обох журналах «Фокус» та «Кореспондент» жінки згадувалися лише у 14% статей, тоді як чоловіки у 86 %. З 1 квітня 2015 по 1 квітня 2016 року процент жінок збільшився до 19 %, а процент чоловіків складався 81 %.

Найбільш популярними сферами, які обговорюються в українських ЗМІ є сфери політичного характеру (лідери партій, міські голови, депутати і т.д.) та бізнес сфера. За своєю основною сферою у чоловіків і жінок майже однакові відсотки. Треба зазначити, що жінки частіше всього обговорюються як лідер партії або депутат. У зв'язку з останніми соціально-політичними подіями в

Україні в ЗМІ активізувалися згадування таких не дуже поширених сфер діяльності, як волонтерство та блогінг у соціальних мережах. Наприклад, у 2015 році в якості вторинної діяльності лідерів згадувалось заняття волонтерством 50% жінок (у 2013 не було згадувань взагалі). Цифри стосовно блогінгу – 33% у 2013 році, а у 2015/2016 цей відсоток збільшився до 66 %.

Найбільша проблема, з якою зіткнулися дослідники, що вивчають лідерство – це вибір підходів і мова опису лідерського феномену. У своєму житті й в історії ми можемо зустріти лідерів, які дуже сильно відрізняються один від одного, але в той же час в них безумовно є спільні риси. Але саме це загальне здається чимось невловимим і постійно вислизає. І навіть у разі знаходження певних закономірностей важко знайти інструменти, що дозволяють ці закономірності виміряти, описати, а потім сформулювати у вигляді простих, чітких рекомендацій та інструкцій, які могли б допомогти розвинути в собі лідерський потенціал [2].

Один зі способів такого опису – це так званий якісний підхід або опис якостей, якими повинен володіти лідер. Ми навели найбільш популярні серед дослідників лідерства риси та характеристики лідерів: впевненість у собі, відкритість, амбітність, хитрість і т.д. Багато з цих рис балансували на однаковому рівні протягом досліджуваних років, але можна відмітити як трансформувалась патріотична цінність в характері лідера, оскільки за останній рік патріотизм в Україні набув великого масштабу у зв'язку з останніми соціально – політичними подіями.

Найбільш поширеними внутрішніми якостями лідера є: впевненість у собі, владність, чесність, врівноваженість, сміливість, завзятість та патріотичність. Більшість з цих характеристик властиві маскулінній культурі, тобто чоловічій, що характеризує цю статтю як провідну в лідерському аспекті. Мовні особливості, які лідери самопрезентують у інтерв'ю, дозволяють судити про рішучість, впевненість лідера та про його комунікативну орієнтацію в спілкуванні з людьми. За результатами нашого дослідження, серед комунікативних навичок у статтях переважає згадування комунікабельності лідера та уважне спілкування з підлеглими. Ми можемо константувати, що такі характеристики особи пов'язуються авторами статей із лідерством героїв у своїх професійних сферах, а отже у читачів, які споживають інформацію з преси, стають елементами образу лідера.

Зрозуміло, що сучасні ЗМІ як транслятори таких образів грають значущу, провідну роль у ментальній, ідеологічній сфері. Завдяки інформації, яка подається ЗМІ, імідж теж має владу на формування певного образу лідера в громадській думці або одного індивіда. Також треба зазначити, що при формуванні образу лідера в ЗМІ значний вплив чинить оцінка журналіста у викладі фактів, що стосуються діяльності лідера, бо він несе певну функцію в формуванні іміджу лідера і нерозривно пов'язаного з ним образу.

Наостанок вважаємо за потрібне зробити важливе зауваження. Такий образ, як би позитивно або негативно він не сприймався, є конструктом і не відображає об'єктивну реальність. Лідер репрезентує в такому образі лише ті символи, які

необхідні для підтримки свого рейтингу довіри у послідовників та підлеглих.

Література:

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб.: Питер, 2001. – 95 с.
2. Котлер Ф. Персональный брендинг. Технологии достижения личной популярности / Ф. Котлер. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2008. – 400 с.
3. Зубанова Л.Б. Лидерство XXI века: проблемы и перспективы интеграции социокультурного пространства / Л.Б. Зубанова // Вестн. Челябинск. гос. акад. культуры и искусств. – 2009. – № 3 (19). – С. 29-34.
4. Фомичева И.Д. Социология СМИ / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
5. Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство. Исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли / Е.В. Кудряшова. – Архангельск: [б.и.], 1996. – 226 с.

Н.Г. Комих

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)

Методологічні та методичні основи дослідницького простору візуальної соціології

Візуальне в сучасній культурі посідає центральне місце, на думку багатьох представників соціогуманітарного знання. Суспільне життя переповнене образами та зображеннями. Ми спостерігаємо їх на кожному кроці у формі: реклами, графіті, відео, фото, кіно, телебачення. Більшість інформації яку отримує сучасна людина є візуальною. Українська дослідниця І. Чудовська-Кандиба, зазначає, що «прояви візуального у навколишньому світі є виразнішими, різноманітнішими і багатшими, ніж будь коли... збільшується “візуальна образність” довкілля, урізноманітнюються практики візуального» [1, с. 97].

П. Штомпка визначає декілька соціальних процесів, що пришвидшили збільшення візуальних образів в сучасній культурі. А саме, цивілізаційний та технічний розвиток, урбанізація, комерціалізація та поява суспільства споживання. Таким чином, візуальність є базовим модусом сучасної соціальності, культури, загальним принципом їх форм та структурних елементів.

Фіксація науковцями феномену «візуальності» та його проявів в сучасному суспільстві і спричинило появу візуальної соціології як області соціологічних наукових пошуків. Як напрям, візуальна соціологія перебуває в процесі саморефлексії, усвідомленні свого місця в полі соціології. Наукова дискусія між суб'єктами поля соціології розгортається за наступними напрямками:

- методологічний – стосується методологічних засад візуальної соціології;
- предметно-об'єктний – спрямований на виокремлення предметно-об'єктної специфіки візуальної соціології, узгодженого словника категорій та понять дисципліни;
- методичний – структурування соціологічних методів візуального дослідження та напрацювання методів візуального дослідження соціологічних даних.

У межах візуальної соціології частіше використовують інтерпретативні та структуралістські теорії, які дозволяють працювати з проявами візуального,

структурно розпізнати та прочитати значення зображень та змісти образів. Найбільш потенційно візуальними в своїх емпіричних проекціях і можливостях є: феноменологія, етнометодологія, семіотичні теорії, структуралістські підходи, постмодерні теорії, конструктивізм. Зазначені методологічні підходи дозволяють здійснити аналіз візуальних проявів, візуальних уявлень, ракурси виробництва нового символічного змісту. Але це не означає, що візуальна соціологія повністю відмежовується від позитивістської парадигми та набору системних теорій. Структурні та функціональні характеристики візуальних об'єктів дозволяють отримати об'єктивні, узагальнюючі дані стосовно соціального змісту візуального.

Об'єктно-предметний дискурс візуальної соціології пов'язаний на початкових етапах з можливістю протиставлення вербальної соціології (мається на увазі можливість існування такої соціології) та візуальної соціології. Так, була започаткована традиція визначення візуальної соціології через об'єкт, яким є візуальне, візуальні артефакти, візуальні зображення, які мають соціологічно важливу інформацію.

Методичний дискурс розгортається в напрямі розмежування та конкретно змістовно-процедурного наповнення уявлень стосовно соціологічних методів візуального дослідження та напрацюванні конкретних візуальних методів соціологічного дослідження. В першому випадку мова йде про залучення соціологічних методів в дослідження візуального, а в другому випадку – можливості фіксації та відтворення соціальної реальності значимої з огляду на соціологічну та соціальну проблеми.

Література:

1. Чудовська-Кандиба І. Візуальне у дослідженнях культури / Ірина Чудовська-Кандиба // Якісні дослідження в соціологічних практиках : навч. посібник / За ред. Н. Костенко, Л. Скокової. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. – С. 96-119.

**Резолюція Регіональної науково-практичної конференції
«Придніпровські соціологічні читання»**

Заслухавши та обговоривши доповіді, виступи та повідомлення, учасники Конференції **констатували:**

1. Звернення до соціологічного аналізу актуальних проблем та модусів розвитку сучасного українського суспільства не є випадковим, а відображає об'єктивну необхідність часу. Перекодифікування соціальної тканини українського суспільства, процеси глобалізації, міжкультурних дифузій та безпеки продукують нові суспільні реалії та проблемні точки. Які потребують ґрунтовного професійного соціологічного вивчення.

2. Конференція визнала дискусійним характер головних питань, які обговорювалися в межах тематичних напрямів досліджень.

3. Враховуючи актуальність питань, пов'язаних із соціологічним аналізом сучасного українського суспільства, необхідним є активізація наукових досліджень з таких напрямків:

- Міграційні процеси в соціологічному вимірі;
- Соціальний порядок і безпека в суспільстві ризику;
- Соціальні девіації сучасного суспільства;
- Релігії і міжконфесійні відносини в дзеркалі соціології;
- Особливості формування урбаністичної культури в сучасному суспільстві;
- Культурні різноманіття і міжкультурна комунікація в сучасному світі;
- Стратегії цивілізаційного розвитку: можливості соціального прогнозування;
- Політична культура й ідеологія;
- Проблеми нерівності і конфліктогенний потенціал сучасного суспільства;
- Соціокультурні модуси розвитку сучасного суспільства: традиції та інновації;
- Ціннісні пріоритети суспільства: минуле, теперішнє, майбутнє;
- Соціологічна теорія на початку третього тисячоліття.

Учасники конференції **запропонували:**

1. Продовжити практику проведення науково-практичної конференції соціологічного профілю в Дніпропетровському регіоні за участю науковців, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів не лише області та й науково-дослідних центрів країни в цілому.

2. Схвалити та розширити співпрацю міждисциплінарних досліджень сучасних проблем українського суспільства у філософському, історичному, культурологічному, політологічному ракурсі на основі даних якісних та кількісних соціологічних досліджень.

3. У рамках наукової співпраці сприяти організації проведення міждисциплінарних досліджень та спільних конкретних соціологічних досліджень актуальної тематики.

ЗМІСТ

Вітальне слово проректора Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, доктора історичних наук, професора В.В. Іваненка	3
--	---

Пленарне засідання

Іваненко В.В. ДНУ – флагман соціологічної освіти в Придніпровському регіоні	4
Богомаз К.Ю., Шеломовська О.М. Структурні елементи соціальної комунікації в управлінні	7
Городяненко В.Г. Виды социальной деструктивности на современном этапе	12
Кривошеїн В.В. Україна як суспільство ризику: на пошану Ульріха Бека (1944-2015)	13
Лепський М.А. Сценарне прогнозування 3.0. у дослідженні глобального та регіонального розвитку	18
Ніколенко В.В. Евристичний потенціал сучасної економічної соціології (на прикладі теорії А. Сміта)	21

Секція 1

Ціннісні пріоритети суспільства: минуле, теперішнє, майбутнє

Бойко В.А. Нові модули соціалізаційних процесів сучасної особистості під впливом Інтернет	22
Макаренко В.А. Соціологія у світі VUCA: про що та для кого?	24
Ячний А.М. Особливості методологічної інтерпретації явища управління	26
Худа А.В. Змістовне наповнення уявлень підлітків про працю в українському соціумі	31
Гурко І.М. Характерні риси соціальних мереж як простору комунікації молоді	33
Первухіна А.С. Характерні риси туристичних практик студентів (на прикладі м. Дніпро)	35
Сириця М.О. Довіра у сприйнятті мешканців м. Дніпро (за результатами емпіричного дослідження)	37
Чередниченко А.С. Материнство в контексті уявлень про самореалізацію молодих мешканок м. Дніпро	39
Шевцова О.В. Образ «модної людини» у сучасному українському медіа-просторі	42

Секція 2

Соціокультурні модуси розвитку сучасного суспільства: традиції та інновації

<i>Єрмакова Т.Г.</i> Графіті як різновид соціальної девіації	44
<i>Панькова О.В.</i> Законодавче забезпечення волонтерської діяльності в Україні: проблеми та шляхи розв'язання	47
<i>Поклад В.І.</i> Розвиток правової держави в Україні в контексті глобальних тенденцій еволюції правових систем	52
<i>Стадник А.Г.</i> Інформаційна війна як чинник впливу на масову свідомість, її формування та функціонування	54
<i>Стриж А.Є.</i> Концептуалізація категорії «майбутнє» в проблемному полі соціального прогнозування	56
<i>Ходус О.В.</i> Социокультурное обоснование концептуализации феномена приватности	58
<i>Новікова Д.М.</i> Гламурна особистість як тип сучасного споживача	60
<i>Радіонова В.А.</i> Мова як особистісний засіб ідентичності	62
<i>Фішук С.С.</i> Смерть у сучасному українському медіа дискурсі	64

Секція 3

Урбаністична культура в сучасному суспільстві

<i>Демичева А.В.</i> Місто у сучасному світі: евристичні можливості соціології міжнародних відносин	69
<i>Петренко-Лисак А.О.</i> Свідомий містянин як складова міської культури	72
<i>Познанська К.В.</i> Типові гастрономічні практики жителів сучасного українського міста	74
<i>Шевчук В.О.</i> Екскурсія містом як засіб актуалізації міського патріотизму	78
<i>Миславець О.В.</i> Міграційні процеси: культурні асимілятори як інструмент акультураційної політики держави	82
<i>Сокол М.А.</i> Патріотизм як продукт емоційного капіталізму	85

Секція 4

Політична культура та ідеологія

<i>Волинець С.С.</i> Політична культура як чинник розвитку громадянського суспільства в Україні	88
<i>Журбенко К.В.</i> Політична комунікація в інформаційному суспільстві: соціологічний аналіз	92

Стариковська О.О. Визначення поняття «громадська думка»	93
Уджмаджурідзе Г.Г. Фактори конвенційної / неконвенційної політичної участі сучасних українських студентів (на прикладі студентської молоді ДНУ ім. О. Гончара)	95
Кузнецова М.В. Симулятивні практики в політичному просторі України	100
Пігур К.А. Образ лідера на сторінках видань «Фокус» та «Кореспондент» (за результатами контент-аналізу)	103
Комих Н.Г. Методологічні та методичні основи дослідницького простору візуальної соціології	106
Резолюція Регіональної науково-практичної конференції «Придніпровські соціологічні читання»	108

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Наукове видання

**Придніпровські соціологічні читання
Матеріали регіональної науково-практичної конференції
(м. Дніпро, 30 вересня 2016 року)**

Підписано до друку 27.09.2016 р. Формат 60х84/16. Папір друкарський.
Друк плоский. Ум. друк. арк.6,51. Обл.-вид. арк. 7,63. Тираж 100 прим.
Зам. № 152.

Свідоцтво про видавничу діяльність та
розповсюдження видавничої продукції
Серія ДК № 2131 від 23.03.2005 видано Державним комітетом
телебачення та радіомовлення України.

Видавництво «Грані»
49000, м. Дніпро, вул. Св. Хороброго (Чкалова), 25
Тел./факс: (056) 744-42-39, 744-38-35
www.grani.org.ua, almagrani@i.ua

Надруковано ПП Тремпольцев
49066, м. Дніпро, вул. Мирна, 21