

Міністерство освіти і науки України

Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Соціологічна асоціація України
Дніпропетровське обласне відділення

СОЦІОЛОГІЧНІ ДИСКУРСИ

Матеріали міжвузівської наукової конференції
молодих учених
(м. Дніпро, 13 грудня 2017 року)

Дніпро
Видавництво «Грані»
2018

УДК 316 (082)
ББК 60.5я43
С 70

С 70 Соціологічні дискурси: Матеріали міжвузівської наукової конференції молодих учених (м. Дніпро, 13 грудня 2017 року) / відп. за випуск, професор В. В. Кривошеїн. – Д.: Видавництво «Грані», 2018. – 138 с.

Подані матеріали міжвузівської наукової конференції молодих учених «Соціологічні дискурси», яка відбулася 13 грудня 2017 р. у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для всіх, хто цікавиться різним аспектам соціальних проблем.

УДК 316 (082)
ББК 60.5я43

ISBN 978-617-7351-28-2

© Дніпровський національний
університет імені Олеся Гончара, 2018
© Видавництво «Грані», 2018

МОЛОДЬ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІОЛОГІЧНОГО ВИВЧЕННЯ

А.А. Болсун

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ГЕНДРЕНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ У ШКІЛЬНИХ ПІДРУЧНИКАХ У МОЛОДШІЙ ШКОЛІ

У процесі освітніх практик закладаються культурні зразки, оціночні та поведінкові стереотипи та інше, тобто, формується особистість, яка спроможна використовувати й інтерпретувати культурний продукт, соціально адекватним актуальним потребам суспільства. Спеціалізовану освіту більш зорієнтованим на підготовку не споживача культури, а її активного творця. Суб'єктом культурних процесів є не стільки людина як пасивний продукт окультурення, скільки особистість, творчо розвиваюча культурні зразки і норми, що породжує нові культурні форми [1, с. 26].

Хоча зміст загальної освіти формується з поєднання багатьох предметних областей, насправді за сукупністю йдеться про комплексне навчання індивіда. Подібний комплекс систематичних знань і уявлень, умінь і навичок, традицій і ціннісних орієнтацій може бути названий системою культурної компетентності особистості [3].

Це поняття означає перш за все той умовно достатній ступінь соціалізованості й інкультурованості індивіда в суспільстві проживання, яка дозволяє йому вільно розуміти, використовувати і варіативно інтерпретувати всю суму повсякденних (неспеціалізованих) знань, а почасти й спеціалізованих, але які увійшли в звичайний побут, що становлять норму загальносоціальної ерудованості людини в даному середовищі; суму зразків, законів, звичаїв, заборон, правил етикету та інших регулятивів поведінки; вербальних і невербальних мов комунікації; систему загальноприйнятих символів, світоглядних підстав, ідеологічних і ціннісних орієнтацій, безпосередніх оцінок, соціальних і міфологічних ієрархій і т.д. [2].

У цьому ж руслі і формуються певні гендерні сприйняття. Одним з факторів які впливає на таку ситуацію виступає підручник, його в даному випадку, можна назвати як культурну рамку, в якій соціалізуються молоді індивіди.

У будь-якому досить великому житті громади (нація, країна, держава) зміна поколінь відбувається безперервно, освіта не терпить розривів і різких змін. Підручник – книга, яка містить систематичний виклад знань у певній галузі і використовується як в системі освіти, на різних її рівнях, так і для самостійного навчання [4].

З метою визначення, на що саме спрямований сучасний підручник молодшого школяра, було проведене пілотажне дослідження методом контент-аналізу на встановлення норм та стереотипів що існують у суспільстві відносно освіти в сьогодишньому соціумі. З метою цього було проаналізовано підручники з математики (О.С. Істер, 2001 р.) та української мови (С.Я. Ярмоленко, 2001 р.) для 5 класу.

Таким чином, визначено, що хлопці частіше згадуються в підручниках ніж дівчата, тобто йде акцент на те, що чоловіча стать займає більш визначне місце в суспільно важливих справах. Робиться висновок, що чоловіки в очах суспільства мають більше вмінь для виконання складних нетривіальних завдань.

Згадуючи про професії жінок частіше уявляють виконавцями рутинної, монотонної праці, іноді з романтичним нахилом (працюють у кондитерській фабриці – 60%, читають книги – 20%, художниці – 10%, кухарки – 10%), а чоловіків з професіями, котрі вимагають концентрації, динамічної зміни діяльності, своєї поведінки (фермер (приблизно 40% від підручника – частота згадування), оператор комп'ютерного набору – 40%, учень – 10%, політичний діяч – 5%, спортсмен (футболіст, баскетболіст, шахіст) – 5%), потрібно наголосити, що частково, згідно зі статевою природою чоловіків та жінок, це судження правомірне, однак наведені стереотипи занадто екстраполюють дійсність та продовжують вказувати на норми, котрі були актуальні декілька десятиріч тому, зараз же в глобалізованому та фемінізованому суспільстві спостерігається тенденція до вирівнювання чисельності представників статей у тій чи іншій професії, принаймні якщо мова йде про домінуючі необхідні у професії психологічні, а не фізіологічні якості.

Що стосується економіки загалом спостерігається консолідація соціальних ролей, статусів та ознак навколо суґубо гендерно направлених професій, так, наприклад, якщо кажуть про продовольчій магазин, то частіше вказується жінка, а якщо заводи по виготовленню деталей, то чоловік (продовольчі магазини – 5%, оператори комп'ютерного набору – 25%, заводи по виготовленню деталей – 5%, залізні дороги – 5%).

Отже, культурна компетентність – це складова загального рівня соціокультурного розвитку суспільства. Рівні прояву культурної компетентності наступні: компетентність по відношенню до формальних інституційних норм соціальної організації, компетентність по відношенню до конвенціональних норм соціальної та культурної регуляції, компетентність по відношенню до швидко змінних, але гостро актуальних зразків соціальної престижності, компетентність, виражена на рівні повноти й свободи володіння мовами соціальної комунікації.

Межі побудованої культурної компетентності людини повинні відповідати соціокультурному типові даного суспільства і відтворювати відповідну йому модальну особу.

Сьогодні можна спостерігати гострі дискусії між прихильниками рафінованого виховання за ознакою статі та теоретиками гендерної педагогіки і виховання на основі андрогінізму. Одні критикують сучасну вітчизняну педагогіку за її „безстатевий” характер, за орієнтованість на абстрактну дитину без врахування статевих психологічних особливостей, на розвиток істоти середнього роду. І посилаються на конкретні результати досліджень: хлопчики недостатньо емоційно стійкі, витривалі, рішучі, сильні, а в дівчаток виявлено брак ніжності, скромності, м’якості, терпимості.

Література:

1. Клещина И.С. Гендерная социализация. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 1998.– 92 с.
2. Антология гендерной теории. – Мн.: Прописен, 2000. – 250 с.
3. Говорун Т.В., Кікінежді О.М. Гендерна психологія. – К.: Либідь, 2004. – 308 с.
4. Горностаї П.П. Гендерна соціалізація та становлення гендерної ідентичності // Основи теорії гендеру: навч. посібник / В.П. Агєєва, В.В. Близнюк, І.О. Головащенко та ін. – К.: К.І.С., 2004. – С. 132-157.

В.С. Гончарова

Запорізький національний університет

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В ПРОФЕСІЙНІЙ СФЕРІ

Трансформаційні процеси в українському суспільстві спричиняють суттєві зміни в ціннісних орієнтаціях людей, що в свою чергу призводить до зміни їх установок, поведінки, життєвих

орієнтирів тощо. У зв'язку з цим досить актуальним стає дослідження такого соціального феномену як ціннісні орієнтації. Особливої уваги даний феномен набуває при вивченні змін, що відбуваються в свідомості сучасної молоді. Метою наших розвідок є вивчення ціннісних орієнтацій української молоді та їх впливу на професійні вподобання.

Означена проблематика є надзвичайно актуальною у сьогоднішні саме тому, що молодь завжди є найпотужнішим потенціалом соціального розвитку будь-якого суспільства. Вона виступає рушійною силою суспільного прогресу. Досвід останніх років переконливо доводить, що визначних успіхів досягають саме ті держави, які інвестують у розвиток молодого покоління. Отже, дослідження щодо ціннісних орієнтацій молоді у професійній сфері, є своєрідною інвестицією у майбутнє.

Система ціннісних орієнтацій досліджувалася представниками усіх соціально-поведінкових та гуманітарних наук: соціальною філософією, соціологією, психологією та ін. Класиками у цій сфері по праву вважаються В. Василенко, В. Тугаринов (теорія цінностей), В. Мясіщев, Б. Ананьєв (теорія відносин), В. Ядов (теорія диспозиційної структури особистості), Д. Узнадзе (теорія установок), І. Кон, Б. Паригін (теорія ціннісних орієнтацій) та ін. Завдяки їхнім працям сьогодні ми маємо досить усталене поняття ціннісних орієнтацій як «особистісних орієнтацій індивідів, соціальних спільнот чи груп стосовно тих чи інших цінностей: загально людських, національних, класових, професійних тощо. Це тривкі диспозиції, що регулюють загальну спрямованість діяльності людини стосовно цих цінностей та інших об'єктів високої соціальної значущості» [1].

Ціннісні орієнтації є важливою складовою структури особистості, котрі відповідають за мотивацію до певної діяльності та за саму діяльність, оскільки відокремлюють значуще для особистості на основі її цінностей від несуттєвого.

Як відмічає О. Легун, «ціннісні орієнтації – це, перш за все вибір чи відкидання певних життєвих смислів, та готовність, чи неготовність вести себе у відповідності з ними. Вони задають загальну спрямованість інтересам та прагненням особистості, вибудовують ієрархію індивідуального вибору у будь-якій сфері, формують цільову й мотиваційну програму поведінки, визначають рівень домагань та міру рішучості для реалізації власного плану життя» [2].

На теперішній час проблема полягає у недостатньому дослідженні та аналізі особливостей формування ціннісних орієнтацій

сучасної молоді у професійній сфері, оскільки в період утвердження нових соціокультурних цінностей українського народу відбуваються складні, неоднозначні процеси в свідомості як всього суспільства, так і окремої особистості. Як ми вже відзначали, сучасний період розвитку українського суспільства, його інституцій та суспільних відносин визначається, як період трансформації, що супроводжується значними змінами в усіх сферах, у тому числі у виробничій сфері та на ринку праці. Впровадження нових технологій зумовлює появу нових професійних сфер і вимагає формування нових професій, що безумовно, віддзеркалюється й на ціннісних орієнтаціях молоді при виборі професії. Тому, під час освітнього процесу потрібно звернути увагу на цінності, які студенти розподіляють за значущістю (самоорганізація, розвиток, творчість), адже саме такі цінності повинні виступати головною мотивацією у навчальній діяльності та виборі майбутньої професії.

За даними дослідження «Молодь України 2017» ТОП-3 найпривабливіших професій для молоді у 2017 році є: бізнесмен – 45,2%; юрист – 36,1%; IT-спеціаліст – 31,2%. У 2016 році третє місце по привабливості з 37,2% займала професія лікаря, а у 2017 році вона посунулася на четверте – 29,9% [3].

Отже, можна зробити висновок, що у період трансформаційних процесів відбувається розвиток та зміна ціннісних орієнтацій української молоді у професійній сфері, які пов'язані із технологічними нововведеннями, появою на ринку праці нових професій та розвитком особистих якостей молоді, яка прагне досягати успіху та покращувати своє матеріальне становище. Ціннісні орієнтації є важливим рушієм діяльності молоді, досліджуючи які, можна розширяти ринок праці та заохочувати студентську молодь до активності як у навчальній діяльності, так і при виборі майбутньої професії.

Література:

1. Короткий енциклопедичний соціологічний словник. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/sociology/dict/545.html>.
2. Легун О. Роль цінностей і ціннісних орієнтацій у розвитку особистості. – Режим доступу: <http://vuzlib.com/content/view/860/94/>.
3. Молодь України – 2017: Портрет представника української молоді. – Режим доступу: http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/13/Molod_Ykrayini2017.pdf.

Я.Ю. Жарко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ МЕНТАЛЬНИХ КАРТ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ СПРИЙНЯТТЯ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ

Проблема внутрішнього сприйняття мешканцями певної локальної території та її просторових особливостей (на фізичному та символічному рівні) є досить важливою при дослідженні взаємодії та взаємозв'язку конкретного місця з людьми, які проживають в ньому, або тісно пов'язані з ним. В даному ракурсі, необхідним постає дослідження сприйняття мешканцями свого міста, як специфічного і своєрідного типу локального простору. Місто, як продукт концентрації різних думок та образів, а також як результат наслоювання символічного, фізичного й соціального простору, утворює досить складну структуру. В уяві людей не можливо зафіксувати все нагромадження елементів міського простору, тому люди схильні до спрощення, до вибіркової та асоціативної інтерпретації образу міста. Відмічаються не всі елементи простору, а найбільш значимі для мешканця. Тому досить актуальним постає проблема виявлення типових, найбільш пріоритетних елементів міського простору у свідомості мешканців міста.

Аналіз сприйняття студентською молоддю міського простору Дніпра, на основі методу ментальних карт, має актуальність, в першу чергу, по двом причинам. По-перше, бачення студентами простору міста має свою специфіку, пов'язану з особливостями образу життя та практик даної соціальної групи, які можливо впливають і на їх ментальну географію міста. По-друге, переходячи до проблематики самого міста, можна зазначити, що недавні загальнонаціональні процеси офіційної та неофіційної декомунізації, в рамках яких було проведено деконструювання окремих міських об'єктів (в першу чергу місць пам'яті), відчутно вплинули на структуру міського простору Дніпра. Тому доцільним постає аналіз рефлексії мешканців Дніпра з приводу даних подій, які можуть відобразитися в їх ментальних картах міста.

У результаті сприйняття міста його мешканцем, утворюється певний конкретний «образ міста». У свою чергу, аналіз сукупності даних образів певного міста, дає змогу проаналізувати специфіку

сприйняття та розуміння міського простору його мешканцями.

У рамках аналізу проблематики образу міста, дослідник Е. Соїа зазначає, що міський простір подвійно сконструйований. Окрім того, що певні об'єкти (місця) відтворені фізично, вони також інтерпретуються, сприймаються, і уявляються. Можна вважати, що саме конструювання простору і є, деякою мірою, створенням його образу. Отже, завдяки властивості простору бути відчутним, ми можемо говорити про існування деяких колективних загальних образів, які пов'язані із одним конкретним просторовим утворенням. В нашому випадку, таким просторовим об'єктом являється місто. На думку семіотика Кевіна Лінча, узагальнений образ міста складається з індивідуальних образів. Незважаючи на те, що вони можуть кардинально відрізнятись, все одно існує спільне ядро, за допомогою якого і виникає можливість створення загального образу [1, с. 174].

Російська дослідниця Л.Н. Везнер визначила три вектори розуміння образу міста. Зі змістовної точки зору, образ міста виступає у вигляді системи до якої входять багато субобразів. Самі субобрази, як елементи системи, тісно пов'язані один з одним. З процесуальної точки зору, образ міста це конструктор. Конструювання відбувається у вигляді множинних інтерпретацій образу міста різними акторами: ЗМІ, політиком, городяни, туристи та ін. З семіо-функціональної точки зору, образ міста являється продуктом дискурсивної та символічної переробки або об'єктивних умов, що включені в місто (історія міста, елементи міського середовища). Вони функціонують у вигляді контекстів, у яких конструюється образ міста [2, с. 223].

Одним із оптимальних шляхів, у рамках прикладних досліджень узагальненого образу конкретного міста, являється використання методу ментальних карт. Цей метод дозволяє виявити специфіку сприйняття території. У рамках ментальних карт інформанти зображують загалом два типи об'єктів: актуалізовані (в різній мірі) в їхньому життєвому світі та ті, що вважаються важливими для самого міста. Елементами ментальних карт є різні за сферами об'єкти. До них можуть входити і місця пам'яті [3, с. 103-104]. Соціолог Н.В. Веселкова, визначаючи особливості методу ментальних карт виділяє чотири його критерія. По-перше, досліджувані уявлення візуалізовані. Ментальні карти не доповнюють (ілюструють) вербальну інформацію. Це незалежний метод, у якому візуальна інформація – центральна. По-друге, візуалізація уявлень про місцевість. З самого початку використання даного методу, вибірка будувалася за критерієм включеності інформанта в конкретний

просторовий об'єкт (чи є мешканцем даної місцевості). По-третє, творець ментальної карти – інформант. Цей критерій відрізняє даний метод від соціального картографування. По-четверте, ментальні карти використовуються для соціологічного дослідження. Мета їх створення допомагає відрізнити ментальні карти, як науковий метод, від однойменної техніки для розвитку пам'яті [4, с. 6-12].

З метою дослідження специфіки образу міста методом ментальних карт було проведено дослідження на тему: «Ментальна карта Дніпра: сприйняття простору міста студентами ДНУ».

Для виявлення неформалізованого образу міста в уявленні студентів ДНУ, інформантові пропонувалося намалювати будь-якими кольорами місто, як він його уявляє. Для виявлення специфіки сприйняття формалізованого образу міста, були використані реальні карти міста Дніпро. Локальні карти міста були обрані за критерієм високої концентрації в них культурних, історичних, розважальних та споживацьких об'єктів міського простору. Були обрані три локальні карти, які сформовані навколо таких об'єктів міського простору: центр міста, парк Шевченко та Монастирський острів, Сквер Героїв. Також інформантам пропонувалося визначити найбільш типові маршрути по будинкам та вихідним в рамках міського простору Дніпра.

Отже, в рамках даного дослідження було взято інтерв'ю у 34-х інформантів (студенти ДНУ ім. О. Гончара), серед яких: перебувають у місті з народження – 12, від 3 до 6 років – 11, від 0,5 до 2 років – 11.

У рамках отриманих результатів, по-перше, потрібно зазначити, що найбільш типовим образом міста в уявленні інформантів є композиція від одного до восьми об'єктів. Майже всі інформанти в рамках своїх ментальних карт відобразили природній об'єкт – річка.

Слід зазначити, що найбільш часто інформанти в рамках особистісного образу міста зображають місця пов'язані з практиками споживання (ТРЦ, магазини, кафе, ресторани, місця продажу вуличної їжі). Вони представлені у половині інформантів. Дані об'єкти досить часто визначають також і на формалізованій карті, яка зображає центр міста. В даному випадку центр міста досить тісно пов'язаний зі споживацькими практиками інформантів. Це пояснюється тим, що в сучасних соціальних умовах, які Ж. Бодрійар вдало окреслює власне-створеним поняттям – «суспільство споживання», в структурі практик індивідів, переважають саме споживацькі практики. Тому дані об'єкти міста стають найбільш пріоритетними для мешканців і являються місцями їх високої концентрації. Цю тенденцію підтверджує і аналіз типових маршрутів інформантів. У багатьох в

маршрутах були присутні дані об'єкти, як у вихідний, так і в будній день. Серед конкретних об'єктів споживацької сфери найбільш розповсюдженим в уявному просторі міста студентів є ТРЦ «Мост-сіті» – зобразила його 1/5 інформантів. У 1/10 інформантів присутній ТРЦ «Пасаж». Також їх відмічали на формалізованій карті центру міста як важливі об'єкти. Окреслюючи межі центру міста інформанти часто включали до нього ТРЦ «Мост-Сіті».

Половина інформантів відобразили культурно-символічні об'єкти в рамках особистісного образу міста. Найбільш популярним серед даного типу об'єктів є культурний центр «Менора», зображений 1/5 інформантів. Його також знаходили і на карті центру міста. Також серед інформантів популярними об'єктами в образі міста були представлені: недобудована будівля готелю «Парус», житловий комплекс «Вежі» та «Цирк». Що стосується парків, то вони в особистісному образі представлені лише в декількох інформантів, у той же час на картах вони відмічалися як важливі місця відпочинку досить часто, а сквер Героїв у інформантів асоціювався, в першу чергу, з місцем зимового відпочинку.

Аналізуючи відображення об'єктів освітніх практик, можна зазначити, що у третини інформантів на малюнках присутня будівля університету. Серед ментальних карт студентів, які проживають в місті від півроку до 6 років, частіше зустрічається університет на відміну від тих студентів, які проживають у місті Дніпро з народження. Також серед об'єктів пов'язаних з освітньою діяльністю відображають гуртожиток, який представлений у чверті інформантів і лише серед тих студентів, які проживають в місті від півроку до 6 років. Даний об'єкт можна вважати одним із найважливіших в уявленні простору міста серед приїжджих студентів.

У рамках неформалізованого сприйняття образу міста досить мала кількість інформантів вказала об'єкти пов'язані з комеморативними практикам.

Отже, виходячи із результатів дослідження, ми можемо зазначити, що для студентів сукупний образ міста заповнений, в першу чергу, об'єктами споживацьких практик. Також в загальний ментальний простір міста включені культурні, рекреаційні об'єкти та місця дозвіллевих практик. У той же час, ландшафти пам'яті (меморіади, монументи) практично не представлені в уявному просторі міста Дніпро. Це говорить нам про те, що для студентів як сегменту молоді образ міста конструюється з переважанням комерційного (ТРЦ, магазини), рекреаційно-дозвіллевого (Парки,

Набережна) та культурно-символічного відтинку (наприклад культурний центр «Менора», а також з включення певних асоціативних об'єктів-символів міста: недобудований готель «Парус», житловий комплекс «Вежі»).

Література:

1. Мокроусова А.К. Образы города как ресурс анализа социального пространства // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – № 3. – С. 173-181.
2. Везнер Л.Н. Структура образа города: основные теоретические подходы // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 4. – С. 221-224.
3. Вандышев М.Н., Веселкова Н.В., Прямикова Е.В. Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах горожан // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – № 3. – С. 101-111.
4. Веселкова Н.В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2010. – № 31. – С. 2-29.

О.С. Кубарєва

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ПОДРУЖНІ СТОСУНКИ В УЯВЛЕННЯХ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Уже остаточно сформувалася нова соціально-культурна ситуація, де молодь існує у суспільстві з поляризованим соціальним розшаруванням та збільшенням соціальної дистанції, високою мірою соціальної та економічної нестабільності, де немає впливового інтелектуально-морального середовища. Це стає чинником для дезорієнтації молоді та рушійною силою для зміни міжособистісних та міжгрупових відносин. У цій ситуації важливо приділити увагу питанню соціального самовизначення молоді [1]. Збереження й укріплення вагомості сім'ї, її цінностей багато в чому залежить від того, як молоді люди орієнтовані на створення сім'ї, які мають погляди щодо шлюбно-сімейних відносин. Тому важливим стає вивчення уявлень молоді про шлюб та сім'ю в сучасному соціальному контексті.

Сучасні моделі шлюбних відносин, яка налічує багато різноманітних форм, вивчаються соціологами з позиції гендеру або генезису шлюбно-сімейних відносин в історичній площині у руслі

макро- та мікросоціології. Взагалі інститут сім'ї цікавить демографів, з точки зору статистики народжуваності та шлюбності/розлучуваності, психологів – з точки зору задоволеності партнером, педагогів, як джерело впливу на формування розумових здібностей дитини. Питання відношення сучасної молоді до сім'ї як до головної цінності широко досліджувалися багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких особливо необхідно виділити В. Оссовського, О. Вишняка, В. Піддубного, В. Чорноволенка, В. Паніотто та ін. Варто акцентувати, що більшість сучасних досліджень стосується психологічної специфіки уявлень, але майже нерозробленим лишається таке питання, як уявлення молоді про шлюб та сім'ю [2]. Тема уявлень про подружнє життя з реальними або існуючими уявленнями також має значення для визначення добробуту, успішності шлюбу.

Актуальність вивчення питання полягає у дослідженні перспектив побудови подружніх відносин, які закладає молодь, а виявлення змістової частини уявлення молоді про подружні стосунки дасть змогу зрозуміти те, що вона називає сім'єю, шлюбом, які форми взаємодії вважає ключовими.

Виходячи з того, що автор робіт у галузі соціальної психології та автор теорії соціальних уявлень С. Московічі розглядав соціальні уявлення як систему знань, які виконують функцію орієнтації особи на певні оцінки та певну поведінку, можна вважати актуальним вивчення уявлень молоді щодо подружніх відносин з метою складання профілактичних програм для учбових та молодіжних закладів.

Слід зазначити, що уявлення підпорядковуються дії певних чинників культурного, соціального, психологічного характеру. Так, дослідник Л. Савінов вважає, що першочергове значення мають соціально-культурні норми та традиції суспільства, ціннісні орієнтації як батьківської сім'ї, так і самого індивіда, відносини батьків як подружжя, найближче оточення, засоби масової інформації, позасімейні соціальні інститути, біологічні, психологічні та соціально-демографічні характеристики самого індивіда [3].

Соціальні особливості молоді визначаються специфікою позиції, яку вона займає в процесі відтворення соціальної структури, а також здатністю не лише наслідувати, але трансформувати утворені суспільством відносини. Молодь є чутливою до нового віковою категорією, має свої схильності, інтереси та уявлення. Разом з цим, це зумовлює різномірну та неоднозначну адаптацію молоді до умов, які змінюють її самовизначення, планування свого майбутнього,

схильність до суперечності та високу ймовірність виникнення протиріч, як наслідок. Перехід суспільства до сучасної моделі шлюбної поведінки, який проявляється у пізнішому вступі до шлюбу або після досягнення економічної самостійності, набуття професії, впливає на формування уявлень молоді про подружні стосунки.

У молодих людей відбулася некардинальна зміна сприйняття і уявлення майбутнього партнера для вступу в шлюбні відносини, а також змінюється ставлення до самого шлюбу в цілому, що є синхронним для сучасного суспільства. Зросли очікування і вимоги, що пред'являються молодими людьми до майбутнього партнера для створення сім'ї.

Відзначається також зовнішній вплив, у тому числі з боку ЗМІ та референтних груп, на уявлення молоді про сімейні цінності: на традиційний шлюб, альтернативні форми шлюбно-сімейних відносин, престиж сім'ї, відношення до дітонародження та розлучення.

За результатами нашого якісного дослідження, в ході якого було проведено низку інтерв'ю з представниками групи молоді від 20 до 25 років (які не перебувають у шлюбних стосунках, цю точку числі – формальних) можна наочно продемонструвати усереднений портрет сучасної молодої людини. В даний час ситуація складається таким чином: головними мотивами оформлення офіційних відносин стає любов, а також взаєморозуміння і спільні інтереси: «Главное – доверять и чувствовать потребность другого и помогать. Не решать за него, а заботится. Совпадают должно общее мировоззрение, что хорошо, что плохо...» (фрагмент з інтерв'ю, жінка); «Головне – мати одні цінності, цінності сім'ї та загальне бачення того, як треба становитися нею...» (фрагмент з інтерв'ю, чоловік). Шлюб – це соціальна форма відносин між чоловіком і жінкою. Через шлюб суспільство впорядковує і санкціонує їх статеве життя, встановлює подружні і батьківські права й обов'язки.

«Подружжя» в уявленнях молоді є результатом шлюбу і різниці у відношеннях між чоловіком і жінкою не включають у себе відносини як батьків дітей. Подружжя є початком, основою для утворення сім'ї, відносини у подружжі відрізняються згідно того, на якому часовому, ситуативному етапі знаходиться подружня пара.

Подружжя характеризується не лише фактичними наявними ознаками, такими як шлюб, сумісне ведення домогосподарства, але й характеристиками, які позначають інакшість роду відношень. Наші актори виділили те, що подружжям називаються чоловік та жінка, дружина та чоловік, які перебувають у шлюбі, сумісно ведуть хатні

справи, виховують підростаюче покоління, та головне – будують сім'ю: «Супруги это – семейная пара, мужчина и женщина, которые вокруг себя вместе создают микромир из детей и уюта», «Подружжя – це чоловік та жінка, які створюють сім'ю, ведуть разом побут та виховують дітей, якщо вони є», «Это женщина и мужчина, которые вступили в брак, вместе ведут быт, решают вопросы, поддерживают друг друга».

Незважаючи на популярність в сучасному світі співжиття, або фактичного шлюбу, все ж більшість молоді вважають за краще офіційно реєструвати свої відносини. А прихильності молоді до співжиття можна обґрунтувати не тільки їх безвідповідальністю, легковажним поведінкою і втратою сімейних цінностей, а й можливістю, в зв'язку з збільшенням останнім часом числа розлучень, уникнути подальших труднощів. Співжиття в цьому випадку виступає в певному сенсі пробною версією шлюбу, а в основі рішення молодих людей закладений здоровий глузд і розважливість. «Отношусь позитивно, но сама его не практиковала... думаю, это возможно, если это ступенька к свадьбе...» (жінка), «Ну это не брак и сожительство – грубовато, потому что я вижу в этом какой-то подтон нехороший. Это пара, которая живет вместе, ведет быт, вместе занимаются делами, делят болезни и приятные радости...возможен как временная мера, которая перерастет в свадьбу...», (фрагмент з інтерв'ю, чоловік).

Неможливо не помітити той факт, що на першому місці за життєвими цілями молодого покоління стає робота, кар'єра. Молодь віддає перевагу матеріальній вигоді і націлена в першу чергу на матеріальний успіх. До того ж в останні десятиліття чітко стала простежуватися тенденція збільшення шлюбного віку і відкладання створення сім'ї на більш пізній період життя. Опитані схилиються до малодітного (1, більше – 2 дитини) типу сім'ї, що пов'язують з фінансовими причинами та особистим досвідом проживання в батьківській сім'ї: «Діти мають народитися у парі, де є гармонія та міцне матеріальне становище, не бідне, тому коли ці умови виконані, можна і з розумом народжувати...» (фрагмент з інтерв'ю, чоловік), «...у мене є брат і я не уявляю як сумно одному взагалі, друзі то ясно, але так веселіше.» (фрагмент з інтерв'ю, чоловік).

Роблячи висновок зазначимо, що уявлення складаються із набутої інформації, переконань, думок, образів та установок щодо подружніх відносин, уявлення заповнюють сенсом не лише поведінку, але і соціальні відносини. Соціальні уявлення виступають як спосіб пізнання, дозволяють людині зафіксувати свою позицію стосовно

ситуації: подій, об'єктів, повідомлень. На формування уявлень у молоді впливають соціально-культурні норми та традиції суспільства, ціннісні орієнтації як батьківської сім'ї, так і самого індивіда, відносини батьків як подружжя, найближче оточення, засоби масової інформації, позасімейні соціальні інститути.

Уявлення індивіда про подружні стосунки є особистими, одномірними, фіксуючими лише деякі окремі аспекти подружнього життя, що прагнуть доповнення – для отримання повної картини – уявлення інших суб'єктів.

У молодих людей відбувається зміна сприйняття і уявлення майбутнього партнера для вступу в шлюбні відносини. У сучасному світі спостерігається значна варіативність моделей шлюбних відносин, незареєстрованих форм «тренувального» або тривалого шлюбу, у яких складаються такі ж самі подружні стосунки, формуються шлюби, які також підпадають під наш науковий інтерес.

Література:

1. Глемешок В.Р., Дианова Н.Ф. Представления современной молодежи о семейно-брачных отношениях // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 6-1. – С. 206-208.
2. Матушкина М.В. Представления современной молодежи о браке и семье // Развитие общественных наук российскими студентами. – 2017. – № 4. – С. 49-52.
3. Емельянова Т.П. Социальное представление – понятие и концепция: итоги последнего десятилетия // Психологический журнал. – 2001. – Т. 22, № 6. – С. 39-47.

Д.О. Кучеренко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЖИТТЄВА СТРАТЕГІЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Феномен підприємництва у сучасних суспільних реаліях є досить актуальною темою дослідження як для світових, так і для українських соціологів. Це пояснюється тим, що сьогодні підприємницька діяльність є важливою частиною економічної системи будь-якої держави. Починаючи з XV-XVI століття – періоду промислового розвитку, відкриття нових торговельних шляхів, появи

більш-менш чіткої фінансової системи – успішна підприємницька діяльність стала запорукою успіху держави на світовій арені. Розвиток капіталізму, поява держав-лідерів світової економіки тісно пов'язані із діяльністю громадян-підприємців [1, с. 65-66]. Такою самою ситуація залишається і сьогодні. Розвинута модель підприємницької діяльності є потужним двигуном суспільства. Саме тому дослідження підприємницької діяльності, її суті та місця у життєвих цінностях суспільних груп є актуальною темою.

Соціологія вивчає підприємництво як соціальний феномен. Вона досліджує його як нестандартну новаторську поведінку і діяльність великих і малих соціально-економічних груп і верств суспільства. Соціологи у тій чи іншій мірі вивчали феномен підприємництва з самого початку зародження соціології як самостійної науки. На нашу думку, одним із найцікавіших підходів до вивчення підприємництва є його подвійний аналіз – з одного боку, підприємництво розглядається як сукупність історичних норм, традицій, правил поведінки та ін., а з іншого – як сукупність певних психологічних, особистісних рис, що формують ідеальну модель підприємця.

Одним із найяскравіших дослідників підприємницької діяльності є Макс Вебер. Саме йому належить визначний доробок соціологічної науки – «Протестантська етика та дух капіталізму». У даній праці вчений наголошував на винятковій ролі самого підприємця: «...підприємець є сьогодні необхідною умовою подальшого існування капіталізму» [2, с. 45-47]. За допомогою протестантизму в усіх його проявах, відбувається розвиток «духу» капіталізму. Крім того, М. Вебер зауважував, що в Німеччині серед власників капіталу і процвітаючих підприємців в основному переважають протестанти, ніж католики. М. Вебер пише: «При ознайомленні з професійною статистикою будь-якої країни зі змішаним релігійним складом населення незмінно звертає на себе увагу одне явище, яке неодноразово обговорювалось у католицькій пресі і літературі, а також на з'їздах католиків Німеччини. А саме – безсумнівна кількісна перевага протестантів серед власників капіталу і підприємців, серед висококваліфікованих верств робітництва, серед вищого технічного і комерційного персоналу сучасних підприємств» [2, с. 58-61]. М. Вебер стверджував, що причину цього треба шукати саме у внутрішньому віросповіданні кожного. Підставою для цього стає протестантська етика.

М. Вебер створив ідеальний тип підприємця проаналізувавши

релігійні, соціальні та культурні чинники, які вплинули на формування індивіда, що займається такого роду діяльністю. Веберівський підприємець «нового типу» – цілковита протилежність безпринципним авантюристам і спекулянтам періоду первісного нагромадження капіталу, що мали недобру славу «баронів-грабіжників». Йому чужі розкіш і марнотратство, водночас притаманні стриманість і скромність, обачність і рішучість, уміння і наполегливість, відданість справі. Веберівський підприємець постійно працює та навчається для досягнення найкращого результату. Найвищий критерій визнання для нього – не багатство, а почуття добре виконаного обов'язку. М. Вебер розглядав раціонально поставлене підприємництво з подоланням багатьох труднощів і перешкод. Тому він наділяв нових підприємців надзвичайною силою характеру, здатною вберегти їх від економічного й морального краху. Підприємництво в цілому М. Вебер розглядав як спосіб життя, «... при якому людина існує для діла, а не діло для людини» [3, с. 14-21].

Важливий внесок у розвиток теорії підприємництва зробив також і Йозеф Шумпетер. На його думку, підприємець – це особливий тип людей, особливого духу та способу життя: «Бути підприємцем означає робити не те, що роблять інші, тобто інновації. Підприємець ламає старий традиційний кругообіг заради встановлення нового, що забезпечує динамізм економічної системи. Щоб бути здібним до виконання підприємницької функції, індивід повинен мати низку специфічних рис, зокрема гостроту бачення, вміння йти на крок попереду інших, новим шляхом, володіти ініціативою, авторитетом, даром передбачення, впливу на інших людей» [4, с. 288-289]. Таким чином, основною рисою підприємця є його інноваційність. Підприємництво у шумпетеріанській системі розкриває соціально-економічний кругообіг, із рівноваги створює нерівновагу або «порушує рівновагу» [5, с. 183].

Навіть по висновкам цих двох соціологів ми бачимо, що підприємництво – це не тривіальна справа, яку може робити кожен. Вона потребує наявності певних психологічних рис, особистісних здібностей, творчого підходу до роботи, а також – бажання розвиватися саме у цьому напрямку.

Український науковець Ю. Пачковський виділяє підприємництво як особливий творчий різновид економічної діяльності і поведінки людини, керованої у своїй діловій активності особистими вигодами з врахуванням реальних інтересів і стратегічних цілей конструктивного розвитку та взаємодії усіх сфер суспільного

життя [6, с. 23-24]. Соціолог та філософ О.В. Бондаренко розглядає підприємництво у контексті національного суспільного явища та ментального виміру. На думку науковця, в дослідженні ментального виміру підприємництва важливими є соціокультурний, індивідуально-психологічний та соціально-психологічний аспекти. У соціокультурному аспекті ментальність підприємництва постає як об'єктивний зміст світосприйняття та поведінки людей, що може надати ключ до розуміння існуючих механізмів, соціальних характеристик, тенденцій розвитку ментальності підприємництва. У індивідуально-психологічному та соціально-психологічному аспекті ментальні вияви підприємництва є психологічною формою віддзеркалення у свідомості підприємця як соціального суб'єкта об'єктивних рис суспільної реальності [7, с. 165-167].

Сьогодні залучення представників молоді у підприємницьку діяльність є важливою стратегією розвитку держави. Логіка дуже проста – чим більше буде у державі успішних представників підприємницькою діяльністю, тим більш успішною є держава в цілому. Підприємництво має стати важливою частиною життєвої стратегії освічених та активних представників молодого покоління українського суспільства. Але для того щоб зрозуміти, яке місце займає підприємництво у ієрархії цінностей сучасної молоді, для початку необхідно зрозуміти сутність та механізм формування життєвих стратегій як соціального феномену.

У наукових розробках О.С. Васильєвої та Є.О. Демченко життєва стратегія трактується як спосіб буття, система цінностей та цілей, реалізація яких, згідно з уявленнями людини, дозволяє зробити життя найбільш ефективним. Розглядаючи характеристики життєвої стратегії, науковці пропонують поділяти їх на кількісні (підлягають вимірюванню) та якісні (відображають зміст). До перших належать відповідальність й усвідомленість, до других - цінності та цілі людини [8, с. 12-14]. Комплексне дослідження феномену життєвих стратегій проведено соціологами Т.Є. Резнік та Ю.М. Резнік, які розуміють стратегію життя як динамічну, саморегулюючу систему соціокультурних уявлень людини про власне життя, що орієнтує та спрямовує її поведінку впродовж тривалого часу [9, с. 102-103]. Більшість соціологів підтримують думку про те, що підприємництво – це не тільки один із різновидів професійної діяльності. Це спосіб життя, мислення, конструювання власного життя та цінностей. Підприємець – це людина, яка своїми поглядами, знаннями, цінностями направлена на розвиток власної справи та досягнення

мети. Тому, нам здається що сьогодні успішну підприємницьку діяльність можна розглядати як окрему, повноцінну життєву стратегію.

Отже, у життєвих стратегіях молоді підприємництво має посісти своє важливе місце, адже як було зауважено вище цей тип соціально-економічної діяльності є основним механізмом підвищення рівня та якості життя пересічної особи у розвинутих країнах.

У висновку зауважимо, що проблема підприємництва, особливо орієнтації на бізнес-діяльність у молодіжному середовищі, є значимою не тільки з точки зору економічного розвитку ринкового господарства, але й вирішення проблем модернізації соціальної сфери. За час трансформацій українського суспільства актуалізувалися питання соціальних інновацій: чи стає бізнес-діяльність соціокультурними зразками поведінки і наскільки ці зразки є прийнятними нормами і орієнтирами серед молоді як соціальної групи. У цьому сенсі підприємництво може бути новим видом життєвої стратегії, а не тільки її професійною частиною. Важливість даної проблематики пов'язана з розвитком суспільних процесів, у яких одним з каталізаторів соціально-культурного та економічного потенціалу є підприємницька активність. Саме тому дослідження підприємницької діяльності як суспільно визнаної цінності та життєвої стратегії є актуальною темою для дослідження.

Література:

1. Герасимчук А. А., Тимошенко З.И., Шейко С.В. Философские основы менеджмента и бизнеса. – М.: Наука, 1998. – 432 с.
2. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. – К.: Основи, 1994. – 261 с.
3. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 277 с.
4. Лазур П.Ю. Історична еволюція феномена підприємництва та його науково-економічні інтерпретації // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету. – Вип. 16.6. – 2006. – С. 285-292.
5. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм и демократія. – М.: Економіка, 1995. – 528 с.
6. Пачковский Ю.Ф. Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект): автореф. дис... д-ра соціол. наук: 22.00.04 / Ін-т соціології НАН України. – К., 2004. – 45 с.
7. Бондаренко О.В. Сутність, історія та сучасність української та

- західноєвропейської економічної ментальності: Монографія. – Запоріжжя: Запорізький національний технічний ун-т, 2005. – 253 с.
8. Васильева О.С. Изучение основных характеристик жизненной стратегии человека // Вопросы психологии. – 2002. – № 4. – С. 11-19.
9. Резник Т.Е. Жизненные стратегии личности // Социс. – 1995. – № 12. – С. 99-105.

А.С. Первухіна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ШЛЮБ У СИСТЕМІ ЦІННИСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ (НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРО)

Кардинальні зміни в політичній, економічній, духовній сферах нашого суспільства спричиняють за собою радикальні зміни в ціннісних орієнтаціях і вчинках людей. Особливу гостроту сьогодні набуває вивчення змін, що відбуваються в свідомості сучасної молоді.

У періоди соціальних катаклізмів, що призводять до змін суспільно-політичного устрою суспільства, дедалі більше знецінюються раніше усталені ціннісні орієнтації, а нові реалії чимдалі важче сприймаються і водночас не піддаються оцінці за ціннісною шкалою, сформованою за інших умов.

Молодість є періодом інтенсивного формування життєвих стратегій, що впливає на становлення характеру і особистості в цілому. Це пов'язано з розвитком на даному віковому етапі необхідних для формування ціннісних орієнтацій передумов: понятійного мислення, накопичення достатнього морального досвіду, заняттям певного соціального положення [2].

Саме тому актуалізується проблема дослідження ціннісних орієнтацій та мотивів, якими керується молодь, коли вступає до шлюбу.

Нами було проведено авторське соціологічне дослідження у якому приймали участь студенти вищих навчальних закладів міста Дніпро.

Згідно з результатами нашого дослідження, шлюб займає одне з провідних місць серед ціннісних орієнтацій сучасної студентської молоді. Основною зміною в родинно-шлюбних стосунках сьогодні є встановлення рівності статей, їх рівноцінність для суспільства. Патріархально-традиційний спосіб родинного життя поступово замінюється на егалітарний. У сучасному суспільстві відбувається

зміна пріоритетів у бік орієнтованості не на сім'ю, а на індивіда. Якщо раніше домінантними були інтереси сім'ї, то тепер віддається перевага індивідові, що веде до неминучої зміни орієнтацій особистості на позасімейні цінності.

Трансформація сім'ї впливає і на взаємини між батьками і дітьми. Перш за все, це виявляється в тому, що рішення батьків має все меншу вагу в справі висновку шлюбів їх дітьми, діти перестають бути носіями родинних традицій. Соціальні умови дозволяють їм і без опори на традиції сім'ї затвердитися в суспільстві [4, с. 125].

Модифікація суспільної значущості інституту шлюбу стала, перш за все, результатом зміни системи соціальних цінностей, серед яких на перший план частіше стали виходити неродинні цінності, пов'язані з особистими досягненнями і особистим благополуччям. Зміна місця шлюбу в системі соціально-цінностних взаємодій суспільства, особливо серед молоді, пов'язана також з лібералізацією поглядів на характер статевого стосунку до шлюбу, у шлюбі і поза шлюбом і структурними змінами аксіологічної системи у сфері родинно-шлюбних стосунків [1, с. 421].

Перехідна економічна ситуація в країні також робить дестабілізуючий вплив на інститут шлюбу. Вступ до юридичного шлюбу, який як і раніше має і економічну сторону, для певної частини населення є недоступним у зв'язку з обмеженими матеріальними можливостями. Відбувається перекид у бік утворення більшої кількості фактичних співжиттів, які менш формалізовані, або самотнього життя. Через перераховані чинники здійснюється активна видозміна інституту шлюбу і пристосування його до нових соціальних умов.

Девальвація колишніх цінностей торкнулася молоді більшою мірою, чим будь-якої іншої вікової групи, оскільки саме молоді люди, в першу чергу, реагують на зміни, що відбуваються в суспільстві. Специфіка даної соціальної групи полягає в тому, що вона знаходиться в стані пошуку. Система поглядів молодих людей не сформована остаточно, і тому молодь сприйнятливіша до нових цінностей. Можна передбачити, що світ цінностей особистості, що формується, на яку робили вплив перетворення останніх років, став мінливіший і суперечливіший [3].

Тому, підводячи підсумки, можемо сказати, що збільшення кількості розлучень і нерестрованих шлюбів, падіння авторитету інститутів сім'ї і шлюбу в цілому - явища, які вимагають пильної уваги і ретельного вивчення, як в плані розробки молодіжної і родинної політики, так і з метою вироблення рекомендацій

оптимальної поведінки молодих людей при укладенні шлюбу і створенні сім'ї.

Література:

1. Кравець В.П. Теорія і практика дошлюбної підготовки молоді. – К.: Київська правда, 2000. – 688 с.
2. Крючков А.И., Крючкова Л.М. Мировоззренческий портрет современного украинского студента // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т.Г. Шевченка. Сер.: Філософські науки. – Чернігів, 2003. – Вип. 20. – С. 71-76.
3. Мацюк В.В. Дослідження мотивації вступу у шлюб сучасної молоді // Актуальні проблеми психології: Зб. наук. праць. – К.: Міленіум, 2006. – Т. 8. Психологічна теорія і технологія навчання. – Вип. 2. – С. 183-195.
4. Полутин С.В. Молодежь в системе социального воспроизводства. Социологический анализ. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2000. – 200 с.

А.О. Соловйова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

САМОІДЕНТИФІКАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ МІСТА ДНІПРА

У сучасній Україні відбуваються трансформаційні процеси, що зумовлені економічними та політичними кризами, наслідками розпаду Радянського Союзу та змінами, що відбуваються у зовнішній політиці, а також загальносвітовими глобалізаційними процесами – створюють новий простір та безліч можливостей для ідентифікації у суспільстві, водночас створюється ситуація певної невизначеності. Найбільше, ці зміни, є актуальними для молодого покоління людей, котрі ще тільки вступають до дорослого життя та формують свою самосвідомість і особистісні якості. Саме молодь є рушійною силою прогресу суспільства – події кінця 2013 року підтверджують це, а також є прикладом змінених практик і моделей соціальної поведінки людей.

Після подій 2013 року гостро постала проблематика пошуку ідентичності в соціумі, так як багато в чому були зруйновані попередні моделі поведінки, які так чи інакше були схожі з колишнім СРСР. Тому вивчення молоді є важливим для поліпшення взаємодії та гармонійного розвитку соціуму в нашій країні. Оскільки вітчизняна

молодь відмовилась від «старої» моделі поведінки та ідентифікації, необхідним постає вивчення самоідентифікації молоді в сучасних реаліях.

Основною та значущою частиною соціальної групи молоді, можна назвати студентство, бо сучасний світ це світ інформації та технологій, а студенти це та група людей, котрі знаходяться в самому епіцентрі прогресу технологій та отримання нових знань про світ, вони є майбутнім усього народу країни. Специфікою студентства є маргінальна сутність студентської молоді, яка проявляється в тому, що вона знаходиться між тим етапом «безтурботного життя», який вже пішов і «дорослим життям», який належить їй зустріти в майбутньому. Тому вивчення саме цієї соціальної групи є найбільш корисним, для розуміння ідентифікаційних процесів молоді загалом та стабілізації суспільства у майбутньому, через виявлення проблем у самоідентифікації цієї соціальної групи [1, с. 255].

Засновником самостійної теорії ідентичності, як результату процесу ідентифікації, був американський соціолог Е. Еріксон. Він увів у науковий обіг термін «ідентичність» і в своїй теорії визначав, що ідентичність – це структура, яка організовує життєвий досвід, направляє індивіда певним шляхом розвитку, а так само формує власне Я. У соціології дослідження ідентифікації в першу чергу пов'язують з ім'ям Е. Дюркгейма, він перший, хто заговорив про вивчення впливу соціокультурних норм на зв'язок індивіда з іншими. Дюркгейм не використовував поняття ідентифікації, замість цього у нього було поняття «соціальної сутності», яка передається в процесі соціалізації від покоління до покоління [2].

У вітчизняній соціологічній думці публікації з проблем самоідентифікації та ідентифікації, як важливих процесів взаємодії суспільства і індивіда були представлені такими вченими як: М.О. Шульга, Є.І. Головаха та ін. Численні дослідження і зростання кількості публікацій з даної тематики, останнім часом, дозволяють припустити, що ідентичність виходить на один з перших планів в розгляді процесів взаємодії в суспільстві, що, в першу чергу, пов'язано з соціальними трансформаціями останніх років.

Самоідентифікація є процесом, який забезпечує отримання персональної ідентичності в соціумі. Самоідентифікація є «самооцінкою власних особистісних властивостей і потенцій як діяльного суб'єкта, включаючи фізичні, моральні, психічні та інші якості, як вони представляються індивіду в його власній самосвідомості і сприйнятті інших». Самоідентифікація більше стає

зрозумілою, як співвідношення одного індивіда, самого себе, з іншими схожими на нього, на основі суб'єктивного сприйняття себе як особистості [3, с. 143].

Значно збільшився, в останні роки, інтерес до вивчення ідентифікації, що обумовлений процесом глобалізації та його наслідками: злиттям традицій і національних культур, стиранням кордонів комунікації між багатьма країнами, змішуванням різних сфер соціального життя. Зросла соціальна мобільність, постійно збільшується кількість змінених ролей і значущих акторів, а також переміщень в соціальному просторі. Тож не дивно, що з'являється все більше сфер, у яких індивід може визначати себе та конструювати свою ідентичність. Але, у світлі подій останніх років, на мою думку, найбільш актуальними є такі сфери самоідентифікації: національна, релігійна та економічна.

Нестабільна ситуація в українському соціумі призвела до того, що процес ідентифікації сповільнюється і втрачає об'єктивні межі. Тому, перш за все самоідентифікація та її вивчення повинна мати в собі подвійну структуру, яка буде об'єднувати зовнішню ідентифікацію та самоідентифікацію [4].

Соціокультурна ідентифікація, умовно об'єднує в собі національний та традиційно-духовного аспект. Релігійна самоідентифікація – процес усвідомлення себе причетним до ідей і цінностей, а також усвідомлення приналежності до конкретних форм релігії і релігійних груп. Водночас це процес самоотождження індивіда з тією чи іншою релігійною приналежністю через усвідомлення того, що він розділяє віровчення, культ і організаційні форми цієї конфесії [5].

Етнічна ідентичність, в дискурсі вчених пострадянського періоду, прирівнюється до національної і являє собою – багатовимірне явище, яке включає в себе використання мови, культурні обставини, емоційний зв'язок з нацією, еміграційні настрої, ставлення до інших народів. Економічна ідентифікація – являє собою процес визначення людиною свого становища в системі економічних відносин і, перш за все, відносин власності. Визначає індивід себе як багатого чи бідного, вільного або залежного. Формується економічна ідентичність статусом, об'єктивним становищем особистості або групи, оцінкою свого матеріального становища, а так само економічною поведінкою. Об'єктивні ознаки фінансового становища людини: рівень доходу, наявність нерухомості, дорогих речей і т.п. Суб'єктивні – особистісні уявлення (найчастіше бажане видається за реальне) уявлення про

власне економічне становище [6]. Оскільки сучасний світ характеризується споживчою культурою, то можна сказати, що економічна ідентифікація втілюється у споживчих практиках.

У дослідженні, що було проведено мною для написання дипломної роботи весною 2017 року, були зафіксовані основні особливості у самоідентифікації студентської молоді міста Дніпра. Загалом було відмічена певна невпевненість молоді у своїх відповідях та рішеннях, це відповідає загальній невизначеності у суспільстві, що пов'язана з політичною і економічною кризою та полікультурністю українського суспільства.

Сфера економічної ідентифікації знаходиться під впливом загальної кризи в економіці, але у даному випадку, це виявляється через невпевненість у своїх фінансових можливостях серед молодих людей. Так, наприклад, більшість респондентів самоідентифікували себе як економічно-залежних від батьківського фінансування, не дивлячись на те, що у більшості є свій дохід та основні необхідні придбання вони роблять за власний рахунок.

Соціокультурна ідентифікація студентів міста Дніпра багато у чому співпадає з загальнонаціональними тенденціями, що зафіксовані у дослідженні Центру Разумкова [7]. Але є своя специфіка, котра виражається у певному протиріччі поглядів. Так, наприклад, переважна більшість визначили себе українцями, хоча і багато хто відзначив загальне невдоволення країною. Не зважаючи на досить позитивне сприйняття традицій і цікавість до культури свого народу, студенти відмічали, що мова спілкування не є для них чимось важливим. Для молодих людей виявився характерним високий рівень патріотизму, хоча при цьому близько третини респондентів відзначили, що планують переїзд до іншої країни. Головною рисою національної ідентифікації є невпевненість та не визначеність у ідентифікаційному просторі, це говорить нам про те, що молоді люди ще тільки засвоюють основні поведінкові моделі сучасного соціуму України, що дає нам сподівання на поліпшення ситуації з національною ідентифікацією.

Ще однією частиною соціокультурної ідентифікації є релігія, тут у молоді наявна досить високий рівень впевненості у свої переконаннях та віруваннях. Але оскільки у суспільствах постмодернових суспільств релігія є традиційно-сконструйованою сферою ідентифікації, зовсім не видається дивним той факт, що респонденти, що позначили себе як «віруючі» не відповідають характеристикам релігійних особистостей. Також мною було

зафіксоване явище «православного атеїзму», що є характерною тенденцією для багатьох пострадянських держав на загальному рівні та, на жаль, присутнє і в Україні на загальнонаціональному рівні [8].

Загалом можна зробити висновок, що процеси самоідентифікації молоді в Україні є досить динамічними, разом із процесом дорослішання змінюються погляди на життя, а водночас з цим змінюється і самоідентифікаційні моделі, тому факт того, що молодь виявляє невпевненість у своїх поглядах є абсолютно закономірним. Звісно, кризова ситуація в Україні, також має досить сильний вплив на невпевненість молодих громадян, але здебільшого молодь має позитивну тенденцію до ідентифікації себе, як громадянина країни, члена національної спільноти.

Література:

1. Выготский Л.С. Проблема возраста // Собр. соч.: В 6 т. – Т. 4. – М: Педагогика, 1984. – С. 244-268.
2. Орешета Ю.В. Соціологічні підходи до проблеми ідентифікації та ідентичності особистості // Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія. – 2015. – № 1. – С. 79-84.
3. Российская социологическая энциклопедия / под ред. Г.В. Осипова. – М.: Изд. группа НОРМА – ИНФРА – М, 1998. – 664 с.
4. Масалов А.Г. Социокультурная идентичность студентов как предмет социологического исследования // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Теорія культури і філософія науки. – 2012. – № 1029-I. – С. 18-25.
5. Сатбаева Д.И. Религиозная идентичность современной молодежи. – Режим доступа: <http://carmopvl.kz/ru/article/religioznaya-identichnost-sovremennoy-molodezhi>.
6. Смирнова О.Б. Феномен экономической идентичности личности в отечественной и зарубежной психологии. – Режим доступа: <http://econfr.rae.ru/article/8148>.
7. Формування спільної ідентичності громадян України в нових умовах: особливості, перспективи і виклики // Національна безпека і оборона. – 2016. – № 3-4 (161-162). – С. 118-134.
8. Інформаційно-аналітичні матеріали до круглого столу на тему: «Державно-конфесійні відносини в Україні, їх особливості і тенденції розвитку» [8 лютого 2011 року]. – К.: Центр Разумкова, 2011. – 82 с.

А.С. Шрамко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА МОЛОДЬ

У даній публікації ми розглянемо проблему впливу ЗМІ на свідомість сучасної молоді. На наш погляд, дана проблема важлива, оскільки потік інформації в даний час дуже різноманітний і суперечливий, тому молоді самостійно розібратися в ньому часто буває дуже проблематично.

Необхідно відзначити, що ЗМІ є одним із сучасних соціальних факторів, що впливають, як на формування свідомості молоді, так і частково його деформації. У наш час, коли молоді особливо важко визначити свої життєві орієнтири, проблему формування свідомості молоді, її духовного виховання необхідно розглядати як можна частіше. Ця проблема повинна хвилювати суспільство. Вчені, досліджуючи вплив ЗМІ на свідомість молоді, сходяться в одному, що ЗМІ, впливаючи на суспільство в цілому, впливає на кожну людину зокрема.

Сучасне суспільство можна охарактеризувати як інформаційне суспільство, головним багатством якого є інформація. Об'єктивною закономірністю розвитку такого суспільства стала інтенсифікація інформаційних процесів: зростають швидкості передачі повідомлення; збільшується обсяг інформації, що передається; прискорюється її обробка. Цей процес може чинити негативний вплив на людину, приводячи до інформаційних перевантажень, що в свою чергу послаблює здатність думати, міркувати [5].

Особливе занепокоєння викликає факт впливу сучасних засобів масової інформації (надалі ЗМІ) на молоде покоління. Те, що воно, це вплив, сьогодні багато в чому негативний, вже не заперечує ніхто. Це підтверджується і існуючими дослідженнями і в цілому ситуацією в суспільстві. Хвиля насильства, що захлеснула суспільство, зростання немотивованої агресії, руйнування традиційних загальнолюдських цінностей, відсутність у молоді моральних орієнтирів, духовних лідерів, зниження порога чутливості - все це не в останню чергу зумовлено сучасним станом засобів масової комунікації (надалі ЗМК).

Дана тема особливо актуальна сьогодні, коли мова заходить

про відсутність контролю над ринком засобів масової інформації, неконтрольованої подачі інформації різної аудиторії, що в кінцевому рахунку згубно позначається на формуванні морально-етичних цінностей підростаючого покоління.

ЗМІ в умовах ринку втратили свої колись найважливіші функції виховання людини, формування особистості, освіти. Сьогоднішні ЗМІ – це бізнес, головна мета якого, одержання прибутку. На шляху до досягнення цієї мети використовуються всі засоби, що дозволяють залучити масову аудиторію [4, с. 19].

Суспільна свідомість – це відображення матеріальних відносин людей один до одного і до природи в процесі ставлення людей до дійсності. ЗМІ через вплив на суспільство в цілому впливають на кожну людину окремо, формуючи певні однакові емоції і дії. Таким чином, завдяки ЗМІ формується громадська думка – стан масової свідомості, укладає в собі приховане або явне ставлення різних соціальних спільнот до проблем, подій дійсності [1].

Громадська думка багато в чому визначає суспільне життя і спрямовує діяльність деяких соціальних інститутів, в тому числі і діяльність ЗМІ. Оскільки ЗМІ намагаються висвітлювати значимі, актуальні для суспільства проблеми і багато в чому розглядають їх з точки зору громадської думки, можна зробити висновок, що і громадська думка може визначати діяльність ЗМІ. Але й саме громадська думка формується під впливом різних факторів, зокрема через поширення ідеології і пропаганди, чим можуть займатися і ЗМІ.

У практиці ЗМІ сьогодні широко використовуються методи підсвідомого впливу, коли ставлення суспільства до тих чи інших явищ навколишнього світу формується за допомогою стереотипних уявлень, які впроваджуються в потік новин, автоматично викликаючи в масовій свідомості або негативну, або позитивну реакцію на конкретну подію. Суспільство не терпить інформаційного вакууму, тому щоб відволікти аудиторію від однієї інформації, необхідно перемкнути її увагу на іншу, подану в максимально сенсаційному вигляді. Мета нової інформації - створити відволікаючу альтернативу і знизити актуальність попередньої інформації.

Процес сприйняття – це всього-на-всього механічна підгонка ще невідомого явища під стійку загальну формулу (стереотип). Тому преса стандартизує повідомлення, тобто особливим чином «підводить» інформацію під стереотип, загальну думку. Людина повинна сприймати повідомлення без зусиль і беззастережно, без внутрішньої боротьби і критичного аналізу.

Більшість дослідників вказують на зв'язок стереотипів з гігантським впливом ЗМІ, які формують ставлення до світу, на поведінку, що відтворює вчинки «героїв», створених пресою, радіо чи телебаченням [2, с. 158].

У контексті розгляду сутності впливу сучасних ЗМІ необхідно також розглянути вплив реклами на свідомість людини. Реклама – це вже невід'ємна частина нашого життя. Загальна потреба в рекламі з'являється там, де споживач має вибір, вільний йому робити вибір. Реклама розвивається тим інтенсивніше, чим ширше стає вибір товарів і послуг. Реклама впливає на споживача у виборі товарів [5].

У людини існує система установок, стереотипів, через які можна і потрібно формувати образ, причому, в сукупності з зображально-виразними засобами мови. Реклама впроваджує в свідомість людей цей рекламний образ, який у подальшому стає стереотипом, через який легше впливати на споживачів.

Потрібно зазначити, що засоби масової інформації займають велике місце в житті кожної окремої людини і суспільства в цілому. Телебачення, радіо, друк, Інтернет, реклама стали основними джерелами інформації, що формують внутрішній світ людини. Якщо всього століття тому внутрішній світ людей формувався на основі їх особистого спілкування, професійної діяльності, подорожей, то сьогодні зовсім не потрібно бути дуже активною людиною, щоб дізнатися новини з іншого боку планети, нема чого виходити з дому для спілкування з людьми.

Підводячи підсумки, можна сказати, що засоби масової інформації, показуючи агресивні фільми і передачі, негативно впливають як на окрему людину, так і на суспільство в цілому: підвищується рівень злочинності, у підлітків з'являються девіантні або делінквентні форми поведінки. Сучасна молодь втрачає духовність і толерантність. Дана проблема переросла рамки однієї країни, проблема стала набувати глобального характеру.

Ми припускаємо, для того, щоб сприяти зростанню самосвідомості сучасної молоді, необхідно ретельно відбирати інформацію, збільшити штрафи керівникам ТБ-каналів і ТБ-передач, які заради рейтингу насаджують культ агресії і жорстокості. Доцільно збільшити кількість дитячих культурно-виховних передач, навчально-просвітницьких та спортивних каналів, які органічно увійдуть в повсякденне життя молоді.

Література:

1. Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Кадария Ф.Д. и др. Социология

- молодежи: учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2001. – 576 с.
2. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Алгоритм, 2002. – 288 с.
 3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: учебник для вузов. – М.: Аспект-пресс, 2002. – 276 с.
 4. Сергеев В.К. Молодежная культура и СМИ. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002. – 84 с.
 5. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. – Петрозаводск: Фолиум, 2004. – 230 с.

ЗАЙНЯТІСТЬ І ПРАЦЯ В ДИСКУРСІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ НАУКИ

А.В. Худа

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ У ДИГІТАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

З розвитком соціологічної науки формувалися різні підходи розуміння економічної поведінки. Так, в класичній школі економічна поведінка визначається як поведінка раціональна, що максимізує корисність, та індивідуалістична, заснована на стійкості переваг і повноті інформації.

В умовах перехідної економіки вплив соціально-психологічних, соціокультурних, а також соціокомунікативних факторів на економічну поведінку суб'єктів ринку значно зростає. Ситуація багаторазово ускладнюється зростанням соціальної значущості Інтернету. Глобальна мережа проникає в усі сфери життя соціуму, в тому числі – в сферу економічної поведінки українців. У нових умовах стандартні, традиційні моделі економічної поведінки істотно видозмінюються, набувають нові, раніше не відомі риси і особливості.

У просторі глобальної мережі трансформуються традиційні торговельні майданчики, де індивіди реалізують різні стратегії

економічної поведінки. Архітектура мережі Інтернет, що набирає соціальної ваги, принципово змінює умови економічного середовища, які склалися раками [1].

Інтернет сприяє задоволенню різноманітних потреб сучасної людини. Аналіз 20-ті найбільш відвідуваних українцями сайтів дозволив здійснити класифікацію аудиторії користувачів Інтернету на 5 груп споживачів за спрямованістю використання мережі. Так, за даними дослідницької компанії Gemius Ukraine, в 2014 році вже 89% українських інтернет-користувачів сфокусували свою увагу на використанні різних сервісів, 87% – відвідували різні портали, 57% – використовували Інтернет для здійснення електронної комерції, 50% задовольняли потреби в сфері розваги та дозвілля, і 41% – використовували Всесвітню мережу з метою отримання новин [2]. Дана класифікація користувачів говорить про те, що поведінку інтернет-споживачів можна розглядати як форму економічної, соціальної поведінки, так і знакову, символічну інтеракцію і форму самовираження.

Зазначені тенденції безпосередньо впливають на життя і побут звичайних людей, змінюючи їх стиль і спосіб життя, трансформуючи панівні соціальні практики. Все частіше різні елементи соціокультурної сфери переміщуються в віртуальний світ, де незворотнім чином змінюються (в порівнянні з фізичною реальністю). У зв'язку з цим дослідники звертають увагу на феномен віртуалізації соціуму та появу дигітального (інформаційного) суспільства. Глобальний інформаційний світ, заснований на комп'ютерних, комунікаційних технологіях, підживлюється і духовно-моральною «оболонкою» у вигляді масової споживчої культури. Зовнішність суспільства, заснованого на використанні інформації та інформаційних ресурсів, культі споживання і гедонізму, детермінує зміни і в сфері економічної поведінки індивідів.

Інтернет, як середовище реалізації споживання, істотно посилив свої позиції як інформаційний канал. За даними дослідницької компанії Gemius Ukraine, в 2000 році тільки 200 тис. (0,4%) населення країни було користувачами мережі, в 2006 році – 5,2 млн (11%), в 2010 році – 15,3 млн (майже 34%), а в липні 2015 року – 19,1 млн (43,4%) українців [3]. У середині 2012 року Україна увійшла в першу десятку країн Європи за кількістю користувачів Всесвітньої мережі, а до середині 2015 року українці становлять 3,2% від числа європейських користувачів [3; 4]. Такий обсяг українського ринку доступу до мережі Інтернет говорить про стійке формування нової ери в ментальності

українців з домінуючою цінністю споживання різноманітної інформації і послуг Всесвітньої мережі.

Частка інтернет-торгівлі в загальній роздробі в Україні в 2013 році склала 1,5% (у світі цей показник становить 7,9%), а обсяг ринку e-commerce – 1,5 млрд дол. США. На сьогоднішній день цей показник не має надмірно оптимістичної оцінки, оскільки витрати на рік на електронну комерцію на душу населення в Україні припадає лише 33 дол. США (для порівняння: у Великобританії цей показник становить 827 дол. США) і всього лише 4% користувачів Інтернету оплачують свої покупки в Інтернеті за допомогою банківських карток [5]. У десятку лідерів найбільш відвідуваних ресурсів української аудиторією, починаючи з 2013 року, входять інтернет-магазини Rozetka.com.ua і ресурс безкоштовних оголошень Olx.ua [6; 7].

З точки зору соціокультурного підходу інтернет-споживання представляє собою символічну, знакову інтеракцію, а поведінка споживача перетворюється в спосіб його самовираження, спосіб конструювання соціальної ідентичності [8].

Можна констатувати, що Інтернет сприяє гіперспоживанню і задовольняє найширший спектр потреб. Поведінка інтернет-споживачів може розглядатися як форма економічної і соціальної поведінки. З точки зору соціокультурного підходу поведінка інтернет-споживачів являє собою символічну, знакову інтеракцію, яка виступає як спосіб самовираження, конструювання соціальної ідентичності.

Література:

1. Кастельс М. Галактика Інтернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновна. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного унта), 2004. – 328 с.
2. Коламбет Е. Интернет-аудитория Украины. Статистика 2012–2013 и прогноз на 2014 год. – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/internet-auditoriya-ukrainy-statistika-2012-2013-i-prognoz-na-2014-god/>.
3. Internet users in Europe. – Mode of access: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>.
4. Список європейських країн за кількістю інтернет-користувачів. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
5. Полоник В. 15 слайдов о том, как развивается рынок электронной коммерции в Украине. – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/15-slaydov-o-tom-kak-razvivaetsya-rynok-elektronnoy-kommercii-v-ukraine/>.
6. В Украине интернетом пользуется 17,5 млн человек // Gemius. –

Режим доступа: <https://delo.ua/tech/v-ukraine-internetom-polzuetsja-175-mln-chelovek-gemius-228205/>.

7. Интернет-аудитория Украины, июль 2015 года. – Режим доступа: <http://www.gemius.com.ua/izdateli-novosti/internet-auditorija-ukrainy-ijul-2015-goda.html>.

8. Зоська Я.В. Особливості споживацьких установок населення України в умовах інформаційного суспільства // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації професійних спілок: зб. наук. праць. – 2011. – № 4. – С. 9-15.

К.С. Віценко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ИНТЕЛЕКТУАЛЬНА ПРАЦЯ В КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Сучасне суспільство під впливом науково-технічних розробок та процесу глобалізації перетворюється на постіндустріальне суспільство, для якого характерні збільшення сфери послуг, інформатизація, комп'ютеризація. Роль науки та освіти у новому типі суспільства стає надзвичайно важливою, адже сьогодні знання та інтелектуальні можливості стають головним ресурсом фахівця. Постіндустріальне суспільство, описане в концепції Д. Белла, характеризує принципово нову форму соціально-економічної організації, яка приходить на зміну промислово орієнтованій соціальній системі. В умовах нового типу суспільства дедалі більшого значення набуває наука та освіта, що формують якісно новий тип фахівця. Важливими для економічного зростання суспільства стають працівники розумової праці – «brainworkers» та працівники знань – «knowledge workers». Інтелектуальна праця існує в умовах розмивання меж організаційного та приватного. Тобто, працівник нового формату має бути готовим до роботи вдома, постійного стану «онлайн», роботи без вихідних тощо. Е. Тоффлер, який описував сучасний тип суспільства, відзначав, що для працівників інтелектуального сектору притаманно винахідливість, схильність до творчої праці, володіння фахом, висока освіченість, професійна компетентність, навички роботи з інформацією [6, с. 255]. Отже, робітник інтелектуальної праці має бути ініціативним, творчим, здатним до навчання та перенавчання. Таким чином, сьогодні відбувається інтелектуалізація виробництва та економіки, що спричинює появу принципово нових галузей праці та

виробництва та, відповідно, потребує працівників нового формату.

У контексті інтелектуальної праці як головного ресурсу сучасного суспільства, варто відзначити концепцію інтелектуального капіталу, який в широкому розумінні являє собою механізм конвертації знань, навичок та умінь людини в економічні величини. Оскільки, сучасна економіка будується на інформації, знаннях та послугах, інтелектуальний капітал набуває вигляду системи творчих здібностей, професійних знань та навичок (освіта), досвіду тощо. Англійська дослідниця Енні Брукінг говорить про підприємство сучасного типу як про суму матеріальних активів та інтелектуального капіталу. Вона вбачає у структурі інтелектуального капіталу певної організації ринкові активи (марочні назви, повторюваність угод, контракти та домовленості), інтелектуальну власність як актив (ноу-хау, патенти, торгові марки, авторські права), людські активи (колективні знання співробітників, їхні творчі здібності, навички) та інфраструктурні активи (технології, методи та процеси) [2, с. 33]. Отже, сучасне суспільство під впливом інформатизації зумовлює стрімке зростання значущості якісно нових ресурсів для здійснення праці, що лежать поза сферою економіки та матеріального капіталу, на відміну від індустріальної епохи.

Для України як для держави, що обрала західноєвропейський тип розвитку та курс на євроінтеграцію, проблематика інтелектуальної праці є надзвичайно актуальною. Перш за все, варто зазначити, що розвиненість сфери інтелектуальної праці залежить від системи освіти, зокрема, вищої школи, як середовища формування кваліфікованих фахівців. В Україні вища освіта дуже розповсюджена серед населення. В Global Talent Competitiveness Index (GTCI) 2017 Україна на 2014 рік займає 7-е місце серед 99 країн за кількістю робочої сили з вищою освітою. У тому ж рейтингу за критерієм «Професіонали» Україна на 23-му місці зі 101 країни; за критерієм «Якість наукових установ» (2015 рік) на 41-му місці серед 118 країн; за критерієм «Вплив талантів» на 85-му місці [1, с. 229]. З наведених даних можна побачити, що вища освіта в Україні має високі кількісні показники, проте якісні характеристики відстають; прикладна (особливо інноваційна) діяльність осіб з вищою освітою не реалізуються на високому рівні на ринку праці. Отже, можна зробити висновок про існування розриву між університетською освітою та ринком інтелектуальної праці в Україні, на що також вказує 84-е місце у рейтингу GTCI 2017 за критерієм доступу до можливостей професійного зростання [1, с. 229]. З цього випливає логічна проблема

«витоку мізків», тобто прагнення українців працювати за кордоном або на іноземні компанії, не покидаючи країни (працюючи у філіалах подібних компаній або у віддаленому форматі).

Таким чином, український ринок інтелектуальної праці суттєво обмежений такими факторами як низький рівень розвитку технологічної сфери, застарілість технологій промислової сфери та її розрив з науковими установами, з чого випливає незатребуваність науково-технічних інновацій. Крім цього, при наявності високоосвічених професіоналів з навичками високого рівня (30-е місце у рейтингу GTCI 2017) [1, с. 229], суттєві проблеми у економічній сфері призводять до низької конкуренції на фоні зрощення влади та крупного бізнесу, процесів монополізації, корупції (107-е місце у рейтингу GTCI 2017) [1, с. 250] тощо. Отже, в Україні не приділяється належної уваги проблемам формування інтелектуального капіталу, що призводить до відставання у розвитку економічної та технологічної сферах.

У сучасних умовах розвиненість сфери інноваційної праці призводить до підвищенні рівня конкурентоздатності. Оскільки сучасне розвинене суспільство базується на економіці знань, необхідними «товарами» стають інновації, які є показником положення суспільства в науково-технічному авангарді. Інноваційна праця являє собою систему дій сучасного висококваліфікованого фахівця, що спрямована на розробку та створення інноваційного продукту, його впровадження в конкретні сфери діяльності суспільства. У зв'язку з цим О.О. Герасименко описує характерні риси інноваційної праці, серед яких мультиопераційність трудових процесів, їхня багатоаспектність; обізнаність працівників у специфіці технологічних процесів у цілому, а не лише їх окремих етапів та операцій; потреба у високій концентрації уваги з метою контролю над операціями, що призводить до підвищеного психологічного навантаження; здатність до самостійного прийняття рішень [3]. Отже, інноваційна праця пов'язана зі збільшенням необхідних ресурсів працівника, які стосуються його психологічних особливостей, а також професійний навичок та вмій. Окрім цього, такі працівники мають широкі знання, що не обмежені професійною сферою, адже для створення інноваційного продукту необхідно залучати до процесу розуміння науково-технічних досягнень, соціокультурну ситуацію в певному суспільстві, економічні умови, маркетингові стратегії тощо.

Важливого значення в контексті інноваційної праці набуває нормативно-правове регулювання, спрямоване на стимулювання

конкуренції та обмеження монополії з метою поширення інновацій. Нормативною базою сприяння конкуренції є антимонопольне законодавство, спрямоване на розвиток конкурентного підприємництва, обмеження діяльності підприємств-монополістів, створення передумов для демонополізації економіки, запобігання недобросовісній конкуренції. В Україні законом визначено умови інноваційної праці, що розуміються як створення та впровадження конкурентоспроможних технологій, продукції та послуг, а також прийняття та реалізації організаційно-технічних рішень виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва й соціальної сфери [4].

У контексті інновацій варто згадати явище інтелектуальної власності та авторські права на неї. За словами українського вченого А.А. Чухна, «особливість відносин інтелектуальної власності полягає в тому, що вони складаються з результатів інтелектуальної праці, тобто є наслідком творчої діяльності людини. Саме елементи творчості як складові інтелектуальної праці визначають індивідуальний характер її продуктів і становлять якісний критерій відмінності інтелектуальної праці. Адже інтелектуальна праця за своїм характером є суто індивідуальною працею, втіленням індивідуальних особливостей людини, її здібностей і таланту» [7, с. 316]. В Україні формування інституту інтелектуальної власності відбувається згідно з «Концепцією реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні». Загалом, концепція спрямована на побудову ефективного інституту інтелектуальної власності згідно з європейськими стандартами та на створення умов для розбудови національної інноваційної системи. У програмному документі зафіксовано завдання ліквідація Державної служби інтелектуальної власності України та створення замість неї Українського інституту інтелектуальної власності (Укрпатенту) як єдиного в Україні державного закладу експертизи заявок на об'єкти інтелектуальної та промислової власності та їхній захист [5]. В цілому, це означає лише додання функції експертизи до старого органу, однак процедура адміністративних перетворень гальмує розвиток інституту інтелектуальної власності.

Таким чином, в Україні ринок інтелектуальної праці суттєво обмежений соціально-економічними проблемами, низьким рівнем технологічного розвитку, а також слабкою розвиненістю інституту інтелектуальної власності, зокрема його функції захисту авторських прав. Названі обставини негативно позначаються на інноваційному

розвитку країни. Тож, перед Україною сьогодні постає завдання вирішення багатьох питань задля створення сучасної ефективної, конкурентоспроможної економіки.

Література:

1. The Global Talent Competitiveness Index 2017. – Available at: http://www.gtci2017.com/documents/GTCI_2017_web_r3.pdf.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии. – С.-Пб.: Питер, 2001. – 288 с.
3. Герасименко О.О. Інноваційна праця: особливості змісту та соціально-економічної форми. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/547/1/Gerasumenko%200%200.pdf>.
4. Закон України «Про інноваційну діяльність». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
5. Концепція реформування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/402-2016-%D1%80>.
6. Тоффлер О. Будущее труда // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 250-275.
7. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. – К.: «Логос», 2003. – 632 с.

І.О. Драпп

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВА АДАПТАЦІЯ ДЕМОБІЛІЗОВАНИХ УЧАСНИКІВ АТО

Події, які відбуваються на сході України з квітня 2014 року, а саме початок антитерористичної операції, поставили перед суспільством новий виклик, а саме необхідність проведення програм для соціальної адаптації демобілізованих учасників бойових дій.

Актуальність цієї проблеми обумовлена соціально-політичними умовами країни та змінами, які в них відбуваються. Збройні Сили України, а разом з ними і вся країна, переживають чергові хвилі демобілізації, зустрічають поранених і захищають членів сімей загиблих. Врешті, проблема актуалізована станом системи соціальної адаптації.

У найбільш загальних рисах соціальна адаптація передбачає освоєння норм і правил соціального середовища, пристосування до нових соціальних умов і завершується він реалізацією прав на працю, вільний вибір роботи та отримання справедливої і задовільної винагороди за неї і в результаті – достойні умови життя.

Станом на 04.10.2017 р. за інформацією, що надійшла від відомчих комісій щодо надання статусу учасника бойових дій особам, які брали участь у проведенні антитерористичної операції, статус учасника бойових дій надано 316 612 особам та видано відповідне посвідчення. Серед усіх отримавших статус учасника бойових дій на території Дніпропетровської області проживає понад 23 500 осіб, а у м. Дніпро – 2 700 учасників антитерористичної операції.

Основним показником ефективності розв'язання завдань трудової адаптації, що відбиває кінцевий результат процесу, має бути співвідношення кількості працевлаштованих демобілізованих учасниць бойових дій до загального числа тих, хто потребує працевлаштування.

Нами було проведено дослідження методом анкетного опитування у вересні 2017 року. Усього було опитано 234 людини, які мають статус учасника бойових дій (УБД) та проживають на території Дніпропетровської області.

Так, серед опитаних 15,7% зазначили, що найбільш актуальною проблемою для учасників антитерористичної операції є пошук роботи. Слід зазначити, що серед мешканців міста Дніпро це пріоритетне питання. Серед усіх опитаних 17,2% тимчасово безробітні та 7,2% утрималися від відповіді, а серед мешканців міста Дніпро безробітних 23,1% безробітних.

Важливою умовою трудової адаптації являється задоволеність місцем праці. Так, за результатами дослідження ми побачили, що лише 8,6% опитаних повністю задоволені своєю роботою, а 42,7% скоріше задоволені. 19,8% повністю не задоволені своєю роботою на даний час та 12,1% скоріше не задоволені. Серед мешканців міста Дніпро повністю не задоволених своєю роботою 19,4% та скоріше не задоволених 13%, а задоволених та скоріше задоволених 45,3%.

Таким чином, ми бачимо, що є необхідність проведення програм для трудової адаптації та допомоги учасникам антитерористичної операції у поверненні до цивільного життя та праці.

У США Міністерство праці завчасно розробило програму запобігання масовому безробіттю на випадок звільнення у запас

великої кількості військовослужбовців та персоналу оборонних підприємств. Додатково створені бюро з працевлаштування на тимчасову роботу в тих регіонах, де виникла загроза збільшення безробіття.

Мета створення подібних бюро – надання інформації про можливість отримання роботи в іншому місці. Завчасно сформовано «банки нових робочих місць», внаслідок чого вплив скорочення збройних сил на безробіття у країні був значно послаблений.

Також Міністерством праці США було розроблено програми перепідготовки робочої сили. Ці програми були спрямовані переважно на людей, які вже давно шукають роботу, виконували функцію перепідготовки звільнених у запас військовослужбовців та працівників підприємств військової промисловості.

Спеціальна програма була передбачена для тих, хто зовсім не володів цивільною спеціальністю. Навчання за цією програмою проводилося на воєнних базах. Ці фірми готували військово службовців до таких видів діяльності, як управління бензоколонками або доставляння посилок, після чого їм надавалася робота на підприємствах тих приватних фірм, які брали участь у програмі перепідготовки колишніх військовослужбовців. До цієї програми було також підключено поліцейське управління, що проводило набір кадрів.

Одна з найуспішніших моделей – Міжнародний фонд соціальної адаптації, який організовує і веде в Україні міжнародний проект «Україна – Норвегія» «Перепідготовка і соціальна адаптація військовослужбовців та членів їх сімей в Україні».

Основу проекту складає професійна перепідготовка цільової групи на цивільні спеціальності, що користуються попитом на ринку праці України, сприяння учасникам проекту у правовій та соціальній адаптації до умов життя у громадянському суспільстві. Виконавцями основної частини проекту є навчальні заклади України і норвезький Норд університет, які організовують і здійснюють професійну перепідготовку учасників проекту за обраними спеціальностями в обсязі 500 академічних годин. У результаті виконання завдань курсової перепідготовки випускники отримують три документи: свідоцтво про професійну перепідготовку державного зразка (від навчального закладу України), спільний сертифікат університету Нурланда та українського навчального закладу, спільний диплом Міністерства закордонних справ і Міністерства оборони Норвегії.

Існують й моделі соціальної адаптації, створені за підтримки НАТО, у Хмельницькому національному університеті. Активна на

цьому полі й громадська організація «Ліга офіцерів».

Діючі зараз на території України програми не охоплюють проблему в повному обсязі. Тому створюються регіональні програми трудової адаптації та професійної перепідготовки для учасників АТО.

У Дніпропетровській області данні питання учасників АТО, закладені у Комплексній програмі соціального захисту населення Дніпропетровської області на 2015-2019 роки. Слід зазначити, що перепідготовка учасників бойових дій зараз проходить лише у вигляді окремих курсів, таких як англійська мова та комп'ютерна підготовка.

Таким чином, ми бачимо, що питання соціальної адаптації у трудовій сфері на сьогоднішній день в Україні є слабодослідженим, а існуючі програми не охоплюють проблему в повному обсязі.

Література:

1. Кондюкова В.В. Слюсар І.М. Соціально-психологічна адаптація військовослужбовців силових структур, звільнених у запас: навчально-методичний посібник. – К.: Гнозис, 2013. – 116 с.
2. Концова Е.Н. Социальная адаптация граждан, уволенных с военной службы: профессиональное обучение, переподготовка и трудоустройство // Военно-социологические исследования. – 2006. – № 1 (13). – С. 73-86.
3. Тареліна А. Сучасні проблеми соціальної адаптації колишніх військових на етапі трансформації українського суспільства. – Режим доступу: <http://www.goodle.com.ua/search?q=cache:UDXivhMKDzsJ:kharkiv.iatp.org.ua/cpia>.

І.О. Іщенко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

За останні півстоліття у процесі становлення постіндустріального суспільства у сфері праці сталися радикальні зміни. Вони стали результатом довгих трансформацій в усіх сферах громадського і економічного життя. До початку 70-х років минулого століття основою як західного, так і існуючого тоді радянського суспільства була розвинена індустрія і панування двох секторів економіки (добувної та оброблювальної промисловості) над третім

сектором – сферою послуг. Масове промислове виробництво породжувало масові професії і відносини «найнятий робітник – працедавець», які регулювалися розвиненим трудовим правом. Предметом трудового права були в основному відносини у сфері найманої колективної праці. При цьому законодавство в основному призначалося для захисту найнятих робітників при мінімальному врахуванні інтересів працедавців.

Проте до 1970 років сфера праці в розвинених країнах почала змінюватися. Стали ставитися під сумнів або зазнали зміни багато трудових інститутів, таких, як, наприклад, охорона праці жінок, а багато працедавців з сфери малого і середнього бізнесу почали ігнорувати трудове право або дотримувати його норми вибірково. Ці зміни були пов'язані не лише з постіндустріалізацією, але і з глобалізацією і відповідно з супроводжуваними її процесами. За цей період сталася корінна зміна світового розподілу праці з переміщенням основних галузей промислового виробництва з розвинених країн Заходу в так звані країни, що розвиваються, із залученням до обороту дешевих трудових ресурсів.

Зміна ціннісних орієнтацій, базових мотивацій діяльності і наділ професійної праці принциповий іншим сенсом не пов'язано із занепадом професійної культури або трудової етики (як це сприймалося спочатку). Із способу заробляння грошей праця для ряду категорій працівників стала трансформуватися у форму самовираження (творчість). Людина стала чекати від професії саме можливості реалізації особистого потенціалу; саме звідси – падіння інтересу до традиційних індустріальних форм праці, що сприймаються як стандартні, монотонні, підконтрольні і нетворчі.

Основні тенденції в сфері праці можуть бути охарактеризовані за наступними аспектами суспільних змін: економічний, технологічний, культурний (трансформація інтересів і ціннісних орієнтирів людини). Розглянемо коротко кожен з них.

Економічні аспекти трансформації. Аналізуючи економічні аспекти трансформації праці і соціально-трудова відносин у сучасному суспільстві, необхідно враховувати положення про багатоваріантність розвитку на етапі становлення постіндустріального суспільства, висловлене Д. Беллом. На його думку, постіндустріальне суспільство не виростає з протиріч індустріалізму, а виникає з появою нових якісних структур – наукових співтовариств. Важливою економічною ознакою нового етапу суспільного розвитку Д. Белл вважає й експансію виробництва послуг і інформації [2, с. 108].

Методологічною основою цього аналізу виступає трисекторна модель, запропонована К. Кларком у 40- і рр. XX ст., що розділила народне господарство на три сектори (видобувні галузі і сільське господарство; галузі обробної промисловості; галузі послуг). Д. Белл доповнив цю модель ще двома секторами: четвертий сектор представлений такими галузями, як торгівля, фінансові послуги, страхування, операції з нерухомістю; п'ятий сектор – охорона здоров'я, відпочинок, освіта, наука, державне управління, індустрія відпочинку. У третьому секторі Д. Белл залишив галузі житлово-комунального господарства та транспорту [2, с. 119]. Подібні структурні зміни в економіці і зайнятості привели до таких наслідків, як збільшення частки кваліфікованих працівників, зміни в характері праці, і збільшили значення сучасних організацій (корпорацій); збільшення кількості зайнятих у сфері послуг; зникненням вузької спеціалізації та вузького професіоналізму, відродженням універсальності, заснованої на підвищенні кваліфікації, безперервному навчанні і суміщенні функцій і операцій; культивування умови жорстокої конкуренції; відносна свобода міграційних потоків, залучення нової робочої сили; збільшення частки кваліфікованих працівників та поява чисельного класу працівників інтелектуальної праці; концентрація основних економічних ресурсів та потоків серед провідних транснаціональних компаній світу.

Технологічні аспекти трансформації – автоматизація, інформатизація та комп'ютеризація виробничого процесу, поява «мережевого працівника» з можливістю працювати віддалено від робочого місця. Технологічною базою постіндустріального суспільства є наука і теоретичне знання. Інформація виступає основним виробничим ресурсом сучасного етапу розвитку, а знання залишаються внутрішнім джерелом його прогресу.

Зміни технологічної складової суспільного виробництва обумовили появу та стрімке зростання відособленої соціальної групи працівників інтелектуальної праці. Поява працівників інтелектуальної праці на ринку праці радикально чином вплинула і на формування соціально-трудових відносин. Оскільки ці працівники фактично володіють своїми знаннями як необхідним ресурсом виробництва і є носіями унікальних якостей і здібностей, вони менше конкурують один з одним, ніж представники традиційних професій (робітничого класу). Постіндустріальна діяльність, пов'язана з обробкою даних, інформацією і управлінням, вимагає насамперед взаємодії людей один з одним.

Культурні аспекти (трансформація інтересів і ціннісних орієнтирів людини) – переосмислення західної індивідуалізації в напрямку розширення застосування колективних форм діяльності, спонукаючи появу нових форм лідерства і влади, концепцій менеджменту; нове ставлення до освіти як умови входження в постіндустріальне суспільство й основного предмету соціально-трудоких відносин; послабленням зв'язків особистості із соціальним середовищем, підвищенням мобільності робочої сили; актуалізація потреби в більш змістовній діяльності, що відкриває можливості для самореалізації особистості, на відміну від сприйняття праці як засобу заробляння коштів для споживання.

Сучасний етап трансформації обумовлений тим, що мета збільшення матеріального багатства перестає бути головною для людини. Саме нематеріальні (постматеріальні) цінності й інтереси забезпечують прогрес сучасного суспільства. Трансформація системи цінностей набула сьогодні планетарних масштабів у зв'язку з глобалізацією і поширенням інформаційних технологій. Ці процеси знаходять прояв у протесті особистості проти нормативно-ціннісної системи, що регулювала життя людей у розвинутих країнах, зокрема проти праці, що позбавляє працівника будь-якої ініціативи і творчості, мотивується винятково інструментальними засобами і цілями споживання, за можливість вибору власної моделі поведінки та відмову від рівняння на певні зразки або стандарти. Головним соціально-психологічним і культурним наслідком глобалізації є зростаюча індивідуалізація сучасного суспільства.

Сутність індивідуалізації полягає в послабленні зв'язків особистості із соціальним середовищем або соціальною групою, у професійній мобільності людей, нових індивідуалізованих видах трудової діяльності. З. Бауман відзначає, що важливим елементом сучасного етапу змін стає нова ментальність – «короткострокової» ментальності [1, с. 32]. Індивід не планує нічого довготривалого, і короткочасність його інтересу до іншого індивіда, зведена в правило, руйнує прийняті раніше інститути і стосунки.

Підводячи підсумок вищесказаному, необхідно ще раз підкреслити, що зміна ціннісних орієнтацій, базових мотивацій діяльності і наділ професійної праці принциповий іншим сенсом не пов'язано із занепадом професійної культури або трудової етики (як це сприймалося спочатку). Із способу заробляння грошей праця для ряду категорій працівників стала трансформуватися у форму самовираження (творчість). Людина стала чекати від професії саме

можливості реалізації особистого потенціалу; саме звідси – падіння інтересу до традиційних індустріальних форм праці, що сприймаються як стандартні, монотонні, підконтрольні і нетворчі.

Таким чином, орієнтація культури постіндустріального суспільства на різноманітність і специфіку, як і виникнення нових форм праці, міняє статус особистості, сприяє переосмисленню західної індивідуалізації з колективними формами діяльності, із зміною форм лідерства, влади, базових концепцій менеджменту і, зрештою, відносин людини і суспільства, бізнесу і працівника, бізнесу і суспільства.

Отже, можемо зробити висновок, що основні тенденції трансформації в системі розвитку праці в сучасних умовах характеризується такими аспектами як: 1) індивідуалізація праці, що проявляється в її ціннісному вимірі; 2) творча праця; 3) інтелектуалізація праці; 4) віртуалізація та інтерактивний характер; 5) технічна автоматизація та інформатизація процесу виробництва.

Література:

1. Бауман З. Глобалізація. Последствия для человека и общества. – М.: Весь мир, 2004. – 376 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе / под ред. Н.С. Гуревича. – М.: Прогресс, 2008. – С. 330-342.

Н.С. Лагуніна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДАУНШИФТИНГ ЯК НОВА СТРАТЕГІЯ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСВІ

Останнім часом все більше громадян розвинутих країн вирішуються на істотні зміни свого способу життя, причому роблять це добровільно, не дивлячись на те, що в багатьох випадках такий перехід пов'язаний з подальшим зниженням їх доходу. Така практика класифікується як дауншифтинг і вона з роками розповсюджується і серед населення України. Як правило, мова йде про три найбільш поширених його вида – скорочення робочого часу, припинення роботи або зміна кар'єри [1, с. 138].

Звісно, такі зміни у відношенні до праці сприяють і зміні трудової поведінки індивідів. Нагадаємо, що трудова поведінка спрямовується особистими і груповими інтересами людей і служить

задоволенню їх потреб. В основі трудового поведінки покладені мотиви, внутрішні прагнення, що визначають спрямованість трудової поведінки людини та її форми. Одна і та ж поведінка може мати різну мотиваційну основу. Мотивація є ключем до розуміння поведінки людини.

Що стосується мотивації дауншифтерів, яка саме і впливає на їх трудову поведінку, то зазвичай вона полягає у прагненні перейти до більш комфортного способу життя, навіть, якщо доведеться пожертвувати соціальним статусом, престижем та матеріальним достатком. Але це поняття є більш загальним. Далі розглянемо ці мотиви докладніше.

Провідні мотиви переходу до дауншифтингу формуються найчастіше на підставі ціннісно-нормативних установок, що проявляються у внутрішній незадоволеності життєвою ситуацією, опосередкованої зовнішніми факторами, але перш за все – соціально-економічними та особистісними особливостями. До однієї з таких мотиваційних передумов можна віднести прагнення до більш збалансованого і так званого «повільного» способу життя через постійне напруження, неконтрольованого інформаційного потоку і прискореного темпу сучасного життя в містах зі «швидким» соціальним часом. Дауншифтинг в даному випадку виступає засобом досягнення психологічного і часового комфорту для себе і своїх близьких [2, с. 246-247].

Наступний мотив – необхідність самореалізації і більшого контролю над своїм життям, зокрема досягнення свободи вибору місця і часу здійснення своєї трудової діяльності відповідно до своїх індивідуальних цінностей, а не корпоративних, що нав'язуються нормами в особі конкретного роботодавця.

Ще одним рушійним мотивом на шляху до дауншифтингу виступає перехід до менш матеріалістичні способу життя, в якому проглядаються риси руху антиконсьюмеризма. У сучасних умовах можна говорити про те, що процес споживання розпоряджається людьми на рівні економічної та господарської діяльності [2, с. 247].

У цілому, на основі виділених мотиваційних передумов можна зробити висновок, що дауншифтинг як індивідуальний процес може бути як ретельно підготовленим і обдуманим, так і спонтанним, в залежності від причин, перерахованих вище. Але в будь-якому випадку дауншифтинг є тривалою добровільною зміною стилю життя, що супроводжується зменшенням доходу і споживання. Розрізняються лише моделі і механізми здійснення такої трудової стратегії.

Можна класифікувати дауншифтинг на умовно названий «легкий» і «глибокий». «Легкий» дауншифтинг не вимагає повного розриву зі звичним укладом життя і починається з кар'єрного дауншифтингу, тобто добровільного зниження в посаді з супутнім зниженням доходу, переходу на віддалену роботу на позаштатних посадах в якості фрілансера, на волонтерські позиції або в іншу сферу діяльності, яка передбачає менший тягар відповідальності і більшу кількість дозвіллевого часу, або ж повернення до навчання для самореалізації в новій, як правило, творчій професії.

Ідея фрілансерства в цьому випадку в певному плані збігається з ідеєю дауншифтингу, так як їх зближує прагнення до більшої свободи планування особистого часу, можливість віддаленої роботи поза офісом з вибором зручного часу і інтенсивності робочого навантаження. Але разом з тим робота фрілансером далеко не завжди означає значне збільшення вільного часу і власної творчої реалізації, тому що весь день замість офісу людина змушена буде проводити за комп'ютером вдома. Важливою рисою «легкого» дауншифтингу є також можливість у разі потреби відновити залишене положення, адже багатьом стратегія дауншифтингу представляється лише своєрідною «грою на пониження» і обирається неусвідомлено.

«Глибокий дауншифтинг» передбачає вже більш радикальну зміну стилю життя, і в першу чергу пов'язаний з соціально-географічної мобільністю, що виявляється в зміні місця проживання на менш престижне і урбанізоване і представляє свого роду втечу і повну відмову від трудової діяльності. Наприклад, жителі різноманітних екопоселень практикують різноманітну індивідуальну зайнятість і беруть участь у комерційній діяльності поселення [2, с. 248].

Деякі учасники спільнот проявляють себе і в практиках підприємницької діяльності. Але тут слід зробити акцент на тому, що підприємництво виступає для дауншифтерів лише в якості такої індивідуальної трудової діяльності, що не передбачає посиленого вкладення матеріальних і часових ресурсів, а також отримання прибутку і найчастіше здійснюється в рамках самозайнятості. Їх головною метою є самоактуалізація, втілення своїх ідей, амбіцій і максимізація дозвіллевого часу, і саме на це спрямована їх підприємницька діяльність – не заробити якомога більше грошей, а здобути свободу вибору діяльності, в якій вони хотіли б втілити свою працю і потенціал. У результаті підприємництво для дауншифтерів виступає одним із способів самореалізації.

Ще однією підставою є ступінь зайнятості і рівень трудової

активності, згідно з яким можна розглядати повний або частковий дауншифтинг. Повний дауншифтинг – радикальна відмова від колишньої діяльності і способу життя і по суті – постійний дауншифтинг, так як повернення назад видається проблематичним. Частковий дауншифтинг – це будь-яке зниження робочих навантажень і рух вниз по кар’єрних сходах, наприклад, перехід на більш творчу, але менш престижну і менш прибуткову роботу, зміна бізнесу на невеликий, відмова від демонстративного споживання [2, с. 250-251].

Таким чином, ми розглянули дауншифтинг як нову стратегію трудової поведінки. Питання про його конструктивний або деструктивний вплив на трансформацію сучасних трудових відносин поки залишається відкритим: з одного боку, це – маргінальність і виключеність тих, хто практикує такий шлях, а з іншого – підвищення якості життя і потенційна можливість подолання соціально-економічної нерівності та набуття трудової незалежності. Це явище не може не вносити змін в соціально-економічну сферу життя суспільства, що дає можливість для подальшого спостереження за розвитком цього феномену.

Отже, на даний момент дауншифтинг правомірно розглядати як певну девіантну, альтернативну прийнятій в суспільстві споживання стратегію трудової поведінки, і в цьому виражається спільність проявів цього феномена на Заході і на території пострадянського простору.

Література:

1. Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2012. – 236 с.
2. Современное общество и труд: сборник научных статей / ред. колл.: Р.В. Карапетян (отв. ред.), А.А. Русалинова, О.А. Таранова. – СПб.: Издат. центр экономич. ф-та СПбГУ, 2014. – 909 с.

М.А. Макаренко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

САМОВИЗНАЧЕННЯ МОЛОДОЇ ЛЮДИНИ ЯК СКЛАДОВА ОСМИСЛЕНОГО ПРОФЕСІЙНОГО ВИБОРУ

Сучасний світ є багатоманітним та непередбачуваним, у ньому існує безліч цікавих та нових для кожного з нас речей, не завжди зрозумілих та простих. Глобальне суспільство, що виникло завдяки новим комунікативним технологіям, змінюється надзвичайно швидко,

тож людина, яка хоче у ньому органічно розвиватися та реалізувати себе, повинна тримати руку на пульсі часу та вміти ефективно орієнтуватися у незвичних умовах, опанувати нові знання та вміння. У такому процесі важливо не загубити себе, не зробити своє життя нестерпним, а усвідомити власні бажання, розкрити свій потенціал у тих формах активності, які є близькими, сприяють гарному емоційному стану та заохочують до подальшого розвитку. Самовизначення як безперервний процес змін та самоактуалізації є необхідним та сутнісно важливим не тільки для кожної окремої людини, але і для різноманітних соціальних спільнот та суспільства в цілому.

Зараз у багатьох контекстах звучить поняття «самореалізація», проводиться безліч тренінгів та відкритих лекцій стосовно цієї тематики, проте важливо розуміти, що першим етапом на шляху до самореалізації є самовизначення. Самовизначення у сутнісному плані зазвичай тлумачиться як здатність особистості до усвідомлення власних інтересів та цілей, своєї позиції стосовно явищ реального світу. Самовизначення пов'язане, у першу чергу, з розумінням самого себе, вмінням дослухатися до власних відчуттів та сигналів тіла. На мою думку, лише самовизначена людина має змогу жити у гармонії з собою та оточуючими, розуміти мотиви власних вчинків та дій інших людей і долати емоційні стани, що викликають неоднозначні, подвоєні почуття.

Самовизначення необхідне молодій людині на кожному з етапів її життя: як під час вступу до ВНЗ, вибору майбутнього фаху, так і на під час самого навчання, оскільки у даному контексті важливо не втратити інтерес до навчання та побачити у ньому нові можливості для самореалізації.

Саме для таких потреб у червні 2017 у рамках Літньої філософсько-методологічної школи ДНУ імені Олеса Гончара була проведена серія зустрічей, метою яких стало створення простору для роздумів студентів-філософів щодо проблеми самовизначення та подолання стереотипу про непрактичність філософських знань. Впродовж трьох днів молоді люди та викладачі говорили у форматі вільного викладу думок про уявлення та розуміння філософії, про те, якою вона може бути в університеті, та чому кожному з нас хотілось би навчитися завдяки філософії. Також дискутували щодо практичного та теоретичного виміру філософії і напрацьовували форми практичного філософського знання. Крім того, учасники школи змальовували власні образи філософії та опановували метод

схематизації, який допомагає структурувати мислення, спонукає до рефлексії та глибинного самоаналізу [3]. У процесі обговорення отриманих зображень з'являється можливість виявити протиріччя у схемах сприйняття та мислення, зафіксувати сфери власних інтересів та самовизначитися у них.

Коли людина споглядає власну схему, вона здатна до рефлексії, робить об'єктом свого мислення власну ж думку. Це можливо завдяки тому, що під час схематичного зображення відбувається заміщення. На схемі зображений не ти у вигляді зменшеної копії, а Інший. Це про нього, Іншого, того, хто зображений на схемі, а не про тебе. Таким чином, людина дисоціюється від власної складної ситуації і дивиться на неї ніби збоку, як сторонній споглядач, досліджує, що ж трапилося з Іншим на схемі.

Проблематика Іншого представлена в роботах Е. Гуссерля, який вважав, що кожному потрібен Інший як той, хто дозволить нам зрозуміти нас самих. Інший у цьому контексті може бути як реальною фізичною людиною, так і чимось на кшталт нашого альтер-его, образу у свідомості. Завдяки наявності Іншого або Чужого, на думку Гуссерля, стає можливою інтерсуб'єктивність, тобто взаємодія між Я та Іншим [1]. Для них відкривається інтерсуб'єктивний простір, де вони поведуться однаково і можуть знаходити спільну мову. Осягнення Іншого тут можливе як осягнення себе такого, яким я був вчора, адже той вчорашній-Я для теперішнього-Я вже Чужий, Інший. «Я-Минулий ідентифікуюсь з Я-Теперішнім як Інший-Я». По аналогії зі спогадами (а можливі саме спогади, оскільки для того, аби бути тим, ким я є зараз, я не маю бути тим, ким був вчора) про себе минулого я здатен розуміти інших, співпереживати їм, відчувати їх як себе, бачити у них споріднені душі, виявляти певний зв'язок між нами.

Відносини Я та Іншого також були об'єктом аналізу екзистенціаліста Ж.-П. Сартра, на думку якого для того, аби засвідчити моє власне існування, потрібен Інший, що переживає мене у горизонті власного досвіду як інтерсуб'єктивність [4]. Інший Ж.-П. Сартра – трансцендентальне відчуття у мені самому – «намагається» від мене втекти, зникнути. У таких випадках я втрачаю онтологічну вкоріненість, оскільки не маю можливості для інтерсуб'єктивної комунікації. Разом з тим, я втрачаю сенс власного буття без Іншого. Без його наявності я не можу зрозуміти себе, оскільки він мене об'єктивує. Я – це Інший у мені.

У процесі самовизначення важливо зрозуміти себе, власну сутність, відмежувати її від сфери життя та зацікавленості Інших,

відділити те, що властиве та близьке їм, а що – тобі. Про це говорив класик німецької філософії Й.Г.Фіхте ще у XVIII ст.: наше самоусвідомлення – я є Я як акт практичного розуму – найвищий акт нашої свободи. Завдяки свободі людина може вільно та свідомо обирати те, що їй найближче, затверджуючи, таким чином, тотожність самій собі. Одразу з'являється думка «я є Я, я чую себе, я дослухаюся до себе та приймаю рішення, що знаходять відклик у мені». Я надає приклад ствердного судження, тези, що у подальшому буде спростовано.

І.Г. Фіхте також постулює думку про те, що Я (себе) можна зрозуміти лише тоді, коли є не-Я (Інший). Ми часто бачимо своє відображення в інших людях, вони віддзеркалюють нас, демонструють власні риси характеру, які нам можуть подобатись або призводити до відрази. Спостерігаючи за дзеркальними собою, ми складаємо враження про те, як себе поводимо, яким чином діємо або ж не діємо. На базі цих вражень більш чітко усвідомлюється те, ким ти є у сутнісному плані, а ким не хотів би бути ні за яких умов. Якщо ж виявляються ті риси, яких хочеться позбавитись, стає можливим крок розвитку та зміни себе, наближення до власного ідеалу досконалості. Таким чином, Я заперечує саме себе та перебуває в опозиції до не-Я як протилежної та відмінної сутності [5].

Далі І.Г. Фіхте говорить про поєднання тези та антитези, фіксує, що дії Я та не-Я є подільними, тобто, їхній зміст можна поширити на більш дрібні поняття та явища. Дійсно, Я та не-Я – протилежні, полярні сутності, проте, у цій полярності є щось незвідане і тому неймовірно цікаве. Окрім того, йде мова про те, що Я та не-Я спроможні діяти. У такій дії виникає подвоєне відчуття, що стимулює до визначення хоча б задля того, аби розібратися у тому, що та як з тобою відбувається. Розуміючи власні якості та переваги, людина може осмислити світ, сформувані зразки мислення про Всесвіт та доторкнутися до нього хоча б ментально.

На думку представника неklasичної філософії М. Штірнера, сенс нашого існування лежить у нас самих. Все, що відстоє протилежну точку зору, – примари та одержимість. Для того, аби позбутися цього примарного стану, потрібно звільнитися від усього того, що не є твоїм, та відмовитися від втілення ідеалу [6]. Здійснивши ці кроки, людина зможе пройти процес самовизначення та вийти за межу добра і зла, прогулянка якою часто призводить до полярних відчуттів, через що людина втрачає контроль над ситуацією та перебуває під владою невизначеної сутності, не виходить у зовнішню

позицію, не може схопити цілого, а усе більше занурюється у переживання та подвоєність буття.

Такими чином, основоположення абсолютного «Я» І.Г. Фіхте та апологія індивідуалізму М. Штірнера демонструють, яким чином можливо наблизитись до самовизначення та знаходження себе у всіх багатоманітних процесах мінливого світу буття. Можна говорити, що вони надають приклад конкретних результативних дій на шляху до самовизначення з ними.

Підсумовуючи усе вище зазначене, слід зауважити на тому, що людське життя у сучасному світі багатоманітне та повне протиріч, оскільки сучасна молода людина живе у двох світах одночасно: у світі культури та у світі соціальних ситуацій. Відносній незмінності суспільних норм та культурних зразків протистоїть плінність реальних ситуацій соціальної взаємодії. З одного боку, їй потрібно розуміти ситуацію та власні інтереси в ній, орієнтуватися в тому, що відбувається. А з іншого – потрібно відповідати культурній нормі, суспільним правилам гри.

Проблема полягає в тому, що норма діяльності та ситуація взаємодії ніколи не співпадають повністю. В ситуації завжди міститься дещо, що виходить за межі культурної норми або може бути віднесено до різних норм, що суперечать одна одній.

Тож, завдання самовизначення молоді полягає у тому, щоб, враховуючи конкретний соціокультурний контекст власної життєдіяльності, відповісти та питання «чого я прагну?», «що є для мене зразками та еталонами?», «вирішення якого суспільно-значущого питання може стати справою мого життя?».

Література:

1. Гуссерль Э. Раскрытие сферы трансцендентального бытия как монадологической интерсубъективности // Картезианские размышления. – С.-Пб: Наука, 2001. – С.144-284.
2. Кант И. О схематизме чистых рассудочных понятий // Критика чистого разума. – М.: Мысль, 1994. – С. 123-128.
3. Розин В.М. Введение в схемологию: Схемы в философии, культуре, науке, проектировании. – М.: КД Либроком, 2011. – 256 с.
4. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии/ пер. с фр., предисл., примеч. В. И. Колядко. – М.: Республика, 2000. – 639 с.
5. Фихте И.Г. Основы общего наукоучения // Сочинения 1792-1801 гг. – М.: Ладомир, 1995. – С. 277-480.
6. Штирнер М. Единственный и его собственность. – Х.: Основа, 1994. – 561 с.

А.Ф. Носовська

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«СКЛЯНА СТЕЛЯ» ЯК ПРОЯВ ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У сучасному українському суспільстві зайнятість жінок на ринку праці обумовлена встановленим Радянською державою гендерним контрактом «працююча мати», який бере початок ще в 30-ті роки ХХ століття. Під поняттям «гендерний контракт» дослідники мають на увазі наступне. У кожному суспільстві існують певні способи поділу праці за ознакою статі в публічній і приватній сфері. За «гендерним контрактом» визначається, хто і за рахунок яких ресурсів здійснює організацію домашнього господарства і догляд за дітьми в сім'ї та за її межами: непрацююча мати, підтримувана чоловіком; наймані працівники, оплачувані із зарплати обох подружжя; родичі, держава через систему безкоштовних дитячих установ тощо. Так, гендерний контракт «домогосподарки» середини ХХ століття в США – це жорстке розділення ролей за ознакою статі, а саме, чоловік – добувач, заробляє гроші в публічній сфері, дружина – домогосподарка, яка забезпечує організацію побуту і виховання дітей. Радянська держава підтримувала контракт «працюючої матері», при якому держава забезпечувала для жінки умови суміщення двох ролей, а чоловік був значною мірою відчужений від приватної сфери і ролі батьківства. Саме тоді жінок почали залучати до раніше не практикованих ними видів діяльності, наприклад, промисловості. Відтак, і кількість професій, які жінки могли здобути, зростає. Але все одно їх мобільність залишалась обмеженою, що призвело до появи такого явища, як «скляна стеля».

Словосполучення «скляна стеля» («glass ceiling») з'явилося та увійшло в публічну та наукову лексику у 1980-х роках в США. «Скляною стелею» називається сукупність «штучних бар'єрів, які виникли на ґрунті світоглядних чи організаційних упереджень та які заважають кваліфікованим індивідам просуватися службовою драбиною в межах своєї організації і обіймати посади управлінського рівня» [1, с. 287]. Це явище має декілька важливих наслідків. По-перше, вона закладає основу для гендерної нерівності в заробітній платні. Як показують дослідження, гендерний розрив у заробітках в економіці, що досягає 40%, в основному пояснюється професійною і галузевою сегрегацією [2; 3]. По-друге, виникає ситуація, коли жінка має менший доступ до економічних ресурсів та ухвалення рішень,

через що існують обмежені можливості в політичній сфері. По-третє, через дискримінацію жінок потерпає економіка, адже їх керівні здібності використовуються в неповній мірі. Жінки менше керують і менше заробляють, що призводить до дитячого неповноцінного харчування, потім хворобам і дитячій смертності (внаслідок недоїдання, низького рівня імунізації, підвищеної захворюваності дітей) [4].

Отже, дослідження джерел, де наводяться визначення «скляної стелі», дозволяє нам виокремити декілька ключових характеристик даного феномену: більш низька оплата праці жінок на однакових з чоловіками посадах; надання переваг чоловікам при отриманні підвищення; домінування чоловіків на керівних посадах; наявність більш довгого кар'єрного зростання жінок у часі.

За даними Міністерства праці та соціальної політики, у 2011 році заробітна платня жінок в Україні була на 8% менша ніж у чоловіків. Голова цього міністерства на початку 2013 року заявив, різниця в оплаті праці чоловіків та жінок складає 29,5%; «у 2015 році середня зарплата жінок в Україні становила 3631 грн. Чоловіки в той час отримували на 1,2 тис. грн більше – 4848 грн.» [5]; у I кварталі 2016 року «середньомісячна заробітна плата жінок в Україні становила 3 тис 966 грн, що на 26,3% менше, ніж становить середньомісячна зарплата чоловіків в Україні за I квартал 2016 року» [6].

Як висновок, можна сказати, що «скляна стеля» – це одна з моделей кар'єри, яка характеризується наявністю невидимого і формально ніяк не позначеного бар'єру, що обмежує просування представників тих чи інших соціальних груп по службовій драбині з причин, не пов'язаних з їх професійними якостями. Цей феномен існує сьогодні і об'єктивно, і у свідомості соціальних суб'єктів. Його наявність свідчить про недостатні можливості для самореалізації різних груп в українському суспільстві, що знижує його загальний людський потенціал та не сприяє конструктивній взаємодії у соціумі.

Література:

1. Кімелл М.С. Гендероване суспільство / пер з англ. – К.: Сфера, 2003. – 490 с.
2. Роцин С.Ю., Солнцев С. А. Кто преодолевает «стеклянный потолок»: вертикальная гендерная сегрегация в российской экономике. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 52 с.
3. Роцин С.Ю., Горелкина О.А. Гендерные различия в заработной

плате: микроэкономический анализ факторов и тенденций // Гендерное неравенство в современной России сквозь призму статистики. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – С. 130-146.

4. Ильиных С.А. Гендерный фактор в карьере: «стеклянный потолок» и/или топ-менеджмент // Materiály X mezinárodní vědecko-praktická conference. «Efektivní nastroye moderních věd – 2014». – Praha: Publishing House «Education and Science» s.r.o, 2014. Díl 22. Psychologie a sociologie. – С. 84-91.

5. Жінки проти чоловіків: хто отримує вищі зарплати. – Режим доступу: <http://tsn.ua/groshi/zhinki-proti-cholovikiv-hto-otrimuye-vischi-zarplati-605480.html>.

6. Жінки в Україні в середньому заробляють на 26% менше, ніж чоловіки // Новини Закарпаття. – 2016. – 1 червня. – Режим доступу: <http://zaknews.in.ua/novini/zakarpattya/susplstvo/9069-zhinki-v-ukrayin-v-serednomuzaroblyayut-na-26-menshe-nzh-cholovki.html>.

М.О. Сирця

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЖІНОЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Становлення жіночого бізнесу у сучасних українських реаліях – процес складний та повільний, який наштовхується на безліч соціальних, культурних, економічних та юридичних бар'єрів. Незважаючи на те, що сфера підприємства в Україні була і залишається за чоловіками, протягом останніх років все більше і більше українок обирають шлях підприємництва та починають входити в бізнес-середовище. Популярними напрямками, в котрих реалізують себе жінки-підприємці, є сфери торгівлі та послуг, що належать до малого бізнесу країни.

Проблематика жіночого підприємництва також залишається темою прискіпливої уваги та породжує низку дискусій в науковому середовищі. Українські дослідники активно аналізують питання залученості жінок до підприємницької діяльності. Такі вчені, як Т. Орлова, Н. Ісакова [2], Н. Лаврененко, В. Суковата, особливу увагу приділяють особливостям мотивації жінок у бізнесі, розглядають гендерні особливості підприємницької діяльності, характеризують

шляхи приходу українок у бізнес. На нашу думку, дана проблематика потребує подальшого та більш докладного окреслення ситуації на сучасному етапі розвитку українського суспільства.

Аналізуючи сучасний стан жіночого бізнесу, слід зазначити, що в Україні не проводять регулярні моніторинги, соціологічні дослідження, присвячені ситуації в цій сфері. Тому доволі складно окреслити в повному обсязі сучасний стан розвитку підприємницької активності жінок.

За даними Програми ООН в Україні щодо розвитку рівних можливостей, жінки в нашій країні контролюють близько 5-10% економічних ресурсів та становлять 38% від усієї зареєстрованої робочої сили [4]. Жінки також здійснюють керівництво 26% об'єктів малого бізнесу, 15% – середнього бізнесу та 12% – великого бізнесу в Україні.

Одним із останніх соціологічних досліджень на тему жіночого підприємництва в Україні є спільний проект американських та українських соціологів, який було профінансовано науково-дослідним центром управління та підприємництва Університету Фенікс (Phoenix University Center for Management and Entrepreneurship) [1] та реалізовано навесні 2015 року. Метою проекту було виявлення існуючих перешкод на шляху ведення успішної підприємницької діяльності жінками. Результати дослідження засвідчують, що українські жінки-підприємниці не шкодують стосовно зробленого ними вибору на користь власної справи, а переважній більшості подобається керувати бізнесом, незважаючи на можливі перешкоди.

Беручи до уваги емпіричні дані дослідження, можна виділити три чіткі перешкоди, котрі представниці бізнесу виокремили під час інтерв'ю та фокус-груп. На думку опитаних українських жінок, у підприємстві першорядною перешкодою є бюрократія в державних органах управління, а брак незалежного фінансування та кваліфікованої робочої сили є наступними і не менш важливими перешкодами

Щодо внутрішніх установок, мотивацій та демотиваторів успіху українські жінки погоджуються з думкою, що ведення власного бізнесу є одним з найважливіших досягнень в їхньому житті. Майже 40% респонденток відзначили, що їм не вистачало впевненості у власних силах в той момент, коли вони починали розвивати свою справу в Україні. Під час дослідження цікавим виявилось те, що українські жінки є вдалими комунікаторами у бізнесі.

Таким чином, аналіз наявного стану сучасного жіночого

підприємництва дає змогу стверджувати, що жінки-підприємці явище не нове, а успішна підприємницька діяльність жінки в Україні є можливою. Жінки як суб'єкти підприємницької діяльності стикаються з особливим класом проблем економічного та соціального характеру: брак підтримки з боку держави, бюрократія в державних органах, масова свідомість, деформування в бік патріархальних позицій.

Наразі, особливо актуальним є сприяння з боку держави розвиткові та розробці комплексних програм підтримки жіночого підприємництва. А отже, пріоритетним напрямком на сучасному етапі є перегляд концептуальних та методологічних підходів до визначення жіночого підприємництва, пошук шляхів його оптимального державного регулювання та створення сприятливих умов для розкриття творчого потенціалу жінок.

Література:

1. Джонсон Дж. С. Успіх у бізнесі: Перешкоди та стимули на шляху українських бізнес-леді // Український соціум: науковий журнал. – 2014. – № 4 (51). – С. 62-75.
2. Ісакова Н., Кавуненко Л., Велтер Ф., Смоллбуун Д. Предприниматели-женщины в Украине: путь в бизнес // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 146-155.
3. Олійник Н.Ю. Жіноче підприємництво в Україні: особливості та перспективи // Фінансовий простір. – 2015. – № 2. – С. 390-396.
4. Рівність зарди демократії: інформ. бюл. з актуальних питань гендерних перетворень в Україні / [упоряд. текстів С. Губін]. – К.: Програма розвитку ООН в Україні, 2006. – 15 с.

Є.Ю. Хассай

Запорізький національний університет

ТРУДНОЩІ ЖІНОК-ПІДПРИЄМЦІВ В УКРАЇНСЬКОМУ СОЦІУМІ

Українське підприємництво має невелику історію існування – двадцять шість років. На даний момент, стан економіки перебуває у кризовому становищі: низький рівень розвитку малого та середнього бізнесу, непривабливе інвестиційне становище, високий рівень безробіття, розвиток тіньового сектору. Досвід країн розвинутої демократії показує що залученість жінок до сфери бізнесу позитивно

впливає на економіку в цілому. В Україні ж показники жіночої активності у підприємстві низькі. Тож, вивчення особливостей діяльності українських бізнес-леді, перешкод з якими вони стикаються є актуальним та необхідним.

Гендерний аспект в контексті розвитку українського підприємництва став об'єктом дослідницької уваги таких науковців, як О. Рудік, Ю. Кохан, Ю. Кравець, М. Бруно, Дж. Джонсон. Але доробок останніх стосується переважно проблеми статусно-рольових стартових відмінностей та нерівності конкуренції між чоловіками та жінками у бізнесі. Але, на нашу думку, важливо дослідити ще й перешкоди, які заважають жінкам розпочинати та успішно вести бізнес.

Розглянемо труднощі, які притаманні власникам середнього та малого бізнесів. Характерними рисами є менша кількість жінок у бізнес середовищі, ніж чоловіків. Жінки найчастіше відкривають бізнес у менш прибуткових галузях, таких як: торгівля, сфера послуг; тоді як чоловіки у: будівництві, сфері транспортних послуг. Вікова категорія підприємницької активності жінок найчастіше 40-49 років, до 25 років жінки переважно працюють на підприємствах, у 25-39 років спостерігається спад підприємницької активності, який пов'язаний із виконанням репродуктивних функцій. Даній соціальній категорії притаманно бути одруженими та мати дітей.

Вивчаючи окреслену проблематику можна виокремити формальні та неформальні перешкоди для жінок-підприємців. Особливістю є те, що навіть перешкоди у формальній сфері неодмінно пов'язані із неформальною складовою. Яскравим прикладом є взаємодія жінок із банками. Найчастіше, банки віддають перевагу у кредитуванні жінок, проте жінки схильні менше брати кредити ніж чоловіки, навіть при умові того, що додаткове інвестування у бізнес покращило б його ефективність. Це пов'язано із психологічним фактором – страхом жінок перед ризиком. Також зі страхом ризикувати пов'язано, на думку М. Бруно, домінування жінок у сфері торгівлі, послуг, так як вони бояться взаємодії із кримінальними структурами. Перешкоджають жінкам у їх реалізації підприємницької діяльності психосоціальні фактори. Прослідковується зниження самооцінки жінок при аналізі ними власних бізнес-досягнень. Навіть досягаючи успіхів у своїй кар'єрі, жінки не будуть вважати це одним з найбільших досягнень в їх житті, цей феномен пов'язаний із стереотипами про те що, головну роль в житті жінки повинні посідати дитина та чоловік.

Відмінність у мотивації прослідковується між жінками та

чоловіками у створенні бізнесу, для жінок це є безробіття та забезпечення сім'ї, для чоловіків же визначним фактором є стартовий капітал. При вивченні цільових орієнтацій було помітно, що жінки більше звертають увагу на забезпечення добробуту сім'ї, в той час як чоловіки роблять пріоритетним власне збагачення. Можна прийти до висновку, що серед тих підприємців, чоловіків та жінок, які мають родину, визначний фактор, частіше за все є негативним стосовно жінки, яка бере всю відповідальність на себе, нехтуючи при цьому власним добробутом. Можливо, вирішенню даної проблеми сприяло б рівне розподілення сімейних обов'язків та відповідальність за виховання менших членів родини між жінкою та чоловіком.

Домінування чоловіків у бізнесовому середовищі, не завжди сприяє адаптації жінок у бізнес-середовищі. Жінки, найчастіше співпрацюють із жінками-підприємцями, ніж з чоловіками-підприємцями. Цікавою відмінністю є те, що жінки у комунікації із іншими підприємцями прагнуть інформаційного обміну, чоловіки ж націлені на кооперацію, яка безпосередньо пов'язана з виробництвом і підвищенням прибутків. У разі виникнення проблеми або її превенції, жінки надають перевагу радникам – державним службовцям, а не іншим підприємцям. Останнє може бути пов'язаним із тим що жінкам дійсно складно адаптуватись у підприємницьких колах, та зі страхом ризикувати, тому вони використовують більш традиційні стратегії при вирішенні проблем.

Специфікою управління жінок-підприємців у комунікації із підлеглими є те, що вони частіше мають працівників, які працюють довготривалий термін на підприємстві та при вирішенні проблем, менше ніж чоловіки вдаються до зменшення заробітної платні.

Спираючись на дослідження, які провели Гартен, Джонсон та Буко (2013) були виявлені формальні труднощі жінок-підприємців: бюрократизація державних органів, відсутність підтримки уряду, недостатність кваліфікованого персоналу. Також жінки стикаються із такою проблемою як недостатня державна підтримка при народженні дитини: якщо у жінки є бізнес, їй доведеться його продати щоб отримати допомогу.

Отже, труднощі жіночого підприємництва пов'язані передусім із психологічними особливостями, такими як невпевненість в собі, страхом ризикувати та соціальними чинниками – необхідністю думати не тільки про власні амбіції, а й про забезпечення сім'ї, також є ряд труднощів, які пов'язані із зовнішнім середовищем – стосунків із державними органами, бізнес-партнерами, постачальниками тощо, але

більшість з них також притаманні й чоловікам. Дана проблематика потребує не лише подальшого зростання дослідницької уваги, розв'язання її з позицій сучасної соціологічної науки, а й впровадження державних програм, які б сприяли покращенню та збільшенню жіночого підприємництва.

Література:

1. Джонсон Дж. Перешкоди на шляху до успішного підприємництва українських жінок: загальнонаціональне кількісне дослідження // Наукові записки Національного університету Острозька академія. Сер.: Гендерні дослідження. – 2016. – № 2. – С. 15-29.
2. Ісакова Н.Б. Малий бізнес в Україні: гендерний аналіз // Економіка і прогнозування.– 2005. – № 2 (квітень-червень). – С. 123-135.
3. Кравець Ю.С. Гендерный аспект на рынке труда Украины // Вісник Студентського наукового товариства Донецького національного університету. – 2014. – Вип. 6, т. 2. – С. 180–184.
4. Кохан Ю.В. Гендерна політика в інформаційному суспільстві // Філософія науки: традиції та інновації. – 2014. – № 2. – С. 123-130.
5. Лаврінченко Н. Гендерний аспект розвитку малого підприємництва // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – № 3. – С. 111-135.

ОСВІТА, НАУКА І КУЛЬТУРА У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

В.П. Антіпова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСВІТНЯ МОБІЛЬНІСТЬ ЯК СВІТОВА ТЕНДЕНЦІЯ

На зміну традиційному принципу «отримання освіти на все життя» приходять новий принцип, який проголошує: «освіта протягом всього життя», він стверджує, що у світі, який весь час перебуває у динамічному, мінливому стані, є постійна потреба у навчанні, розвитку завдяки отриманню нових знань. Бекграунд, який створює вища освіта, вимагає свого оновлення та покращення.

У сучасному суспільстві отримання освіти являє собою процес, котрий триває все життя, з'являється розуміння того, що на різних життєвих етапах люди можуть відчувати потребу у різних знаннях та навичках, тому система освіти має бути чітко адаптованою до потреб сучасності.

Забезпечення студентів оптимальним діапазоном вибору, надання гнучкого характеру «початку» та «завершенню» отримання вищої освіти поступово веде до зміни вибіркової й концентрованої освіти та витісненню навчання у обмежений за часом термін [2]. Людина може самостійно корегувати свій освітній процес, за низкою причин можливо призупинити його та відновити через певний проміжок часу. Студент не повинен робити негайний вибір у тому, чи потрібно йому підвищувати свій кваліфікаційний ступінь, він може відкласти прийняття цього рішення, все обміркувати і через рік або навіть 10 років поновити своє навчання.

Теперішній стан розвитку вищої освіти пропонує сучасним студентам робити власний вибір щодо форми отримання освіти, це дає змогу поєднувати навчання з іншою діяльністю, наприклад, з працею.

У Болонській декларації застосовується теза про створення або заснування європейського простору вищої освіти, мається на увазі зближення систем освіти різних європейських країн, сприяння мобільності студентів та викладачів, сприяння європейській співпраці у галузі вищої освіти, в першу чергу, з точки зору з підвищення її якості [1]. Студенти мають нагоду навчатися і проходити стажування у ВНЗ сорока восьми країнах Європи. У 2005 році в Бергені Болонську декларацію підписав міністр освіти України, що дозволяє і

українським студентам продовжувати процес отримання вищої освіти не тільки в стінах свого вищого навчального закладу, а й за їх межами.

Упровадження нових освітніх реформ є відповіддю на потреби суспільства, що обумовлені соціальними, культурно-історичними, демографічними та політично-економічними причинами. Цілі та задачі сучасних реформувань визначаються потребами соціальних систем на перспективу, що включає в себе зміни та нововведення, спрямовані на удосконалення змісту і форм освіти, збільшення можливостей студентів впродовж її отримання.

Цілі і задачі реформування освіти в Україні рухаються за напрямком світових тенденцій, що є позитивним моментом для процесу інтеграції країни у світове суспільство.

Література:

1. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры // Вестник высшей школы. – 1999. – № 3. – С. 29-35.
2. Степко М.Ф., Клименко Б.В., Товажнянский Л.Л. Болонський процес і навчання впродовж життя. – Х.: НТУ «ХП», 2004. – 112 с.

А.С. Ашихіна

Запорізький національний університет

МІФОЛОГІЗАЦІЯ ЗАКОРДОННОЇ ОСВІТИ ЯК КРАЩОЇ

Ціннісні орієнтації, життєві цілі і плани, які формуються в свідомості учнів, абітурієнтів, бакалаврів, магістрантів постають у вигляді картини майбутнього та дають відповіді на ключові життєві питання: В яких сферах життя сконцентрувати зусилля для досягнення успіху? Яким чином і в які конкретні терміни можуть бути представлені поставлені цілі? Однією з найбільш поширених є ситуація вибору професії, територіального простору.

З кожним роком навчання за кордоном стає все більш популярним серед молодого українського населення. Все більше обертів набирає тенденція отримання освіти за кордоном обираючи різноманітні навчальні програми. Українська молодь може скористатись можливістю приймати участь у різноманітних стипендіальних програмах, фондах, програмах обміну, оскільки наша країна академічно співпрацює з багатьма країнами світу. Як приклад, уряд Республіки Польщі посідає перше місце з приводу надання грантів на навчання, стажування для українських студентів та

аспірантів у вищих навчальних закладах Польщі, а Німеччина посідає друге місце після Польщі за кількістю обмінів студентами з Україною [2]. Актуальна соціально-економічна ситуація в Україні, щодо можливостей досягнення певного індивідуального успіху, займання певного становища молоддю у суспільстві дуже суперечлива. Частина суспільної рефлексії щодо цього відображає стереотипізовані уявлення, що умови життя в іншій країні можуть бути для українців набагато кращі та існують можливості щодо доступу до новітніх технологій, якіснішої освіти, ринків праці. За останні роки в Україні значний відсоток молоді має бажання виїхати за межі країни через прагнення до європейського рівня життя та освіти.

Іноземний диплом – показник певного рівня. Але сама по собі «корочка» не є гарантією успіху, тому більшість людей його дуже переоцінює. Більшість роботодавців в першу чергу дивляться на реальні навички і досвід.

Під час академічної міграції, у студентів відбувається зміна світовідчуття. Вони починають розуміти, чому в нашій країні живуть по-іншому. Однією з найголовніших цінностей освіти за кордоном є не тільки іноземний диплом і краща робота, а і зміна світогляду, можливість мислити категоріями інших цінностей. Університети та коледжі за кордоном відрізняються практичною спрямованістю. Система навчання організована у такий спосіб, щоб студент вчився самостійно й отримував досвід роботи за фахом.

Освіта в Україні може бути конкурентноспроможною на європейському та світовому освітньому просторі. Для української системи освіти характерні такі сучасні інноваційні тенденції: орієнтація на європейські та світові освітні стандарти, розвиток багаторівневої освітньої системи, потужне збагачення навчальних закладів сучасними інформаційними технологіями, розвиток інноваційних технологій навчання. Отримання освіти в Україні має значні переваги щодо можливостей реалізуватися у суспільстві, тому молоді потрібно чітко розуміти, яку ціль вона переслідує та що саме хоче отримати від академічної міграції.

Література:

1. Стадний Є., Слободян О. Українські студенти за кордоном: скільки та чому? // Аналітичний центр CEDOS. – 2016. – Режим доступу: <http://www.cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu#description>.

2. Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність: Постанова Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2015 р. № 579. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/248409199>.

А.С. Гнида

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка

ВИТОКИ ГОП-КУЛЬТУРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ

В Україні значно поширені різноманітні неформальні рухи, до яких відносяться готи, емо, панки, хіпі, металісти, адепти хіп-хоп і раста-культури, скінхеди – неофашистські молодіжні угруповання закритого типу, та інші. Але всі вони прийшли до нас із Заходу. Чи є у нас молодіжні субкультури, які тут же виникли і розвивалися? Єдиний рух, розвиток якого ми можемо віднести до терен України та інших країн СНД – це гоп-культура (гопарі, гопота, братва, гоп, пацанчики).

Гопник – представники субкультури на пострадянському просторі, позначення молодого прошарку, які близькі до кримінального світу, іноді з рисами кримінальної поведінки. Згідно з тлумаченням словника російської мови Єфремової Т.Ф. словом «гопник» також позначають «опустившегося человека, бродягу» [1]. За іншої версії, словом «гопник» можуть називати «примитивного, малообразованного молодого человека» [2]. Як впливає з короткого словника кримінального жаргону, складеного Александровим Ю.К., словом «гопник» також позначають «грабителя» [3].

У середині 1990-х років з'являється нове покоління гопників, не контрольоване у меншій мірі організованою злочинністю. Її представники як тоді, так в принципі і зараз, – це молодь, яка вийшла з малозабезпечених і невдалих сімей. Гопів можна охарактеризувати, як «озлоблених» післявоєнною обстановкою вкрай низького рівня життя, діти, які виховувалися вулицею, батьки яких загинули на війні. У таких умовах виживання з хлопців-підлітків виростили справжні злодії. Вони почали займатися вимаганням грошей та дрібним злодійством. Сучасним гопникам, для яких все ж таки характерне життя їх «прабатьків», більш важливу функцію складає налякати і принизити людину, відчутти над ним свою владу, а потім вже – привласнити його

гроші.

На даний період в Україні масово квітне дана субкультура. Вона поширена як на околицях великих міст, так і в сільських населених пунктах, а особливо велика активність цього неформальної прошарку спостерігається в малорозвинених містах з малою мережею заселення. Але на відміну від більшості неформальних об'єднань молоді (наприклад, хіпі, панків, байкерів), гопники не присвоювали своєму колу спілкування назв і не виділяли себе в окрему групу щодо всього населення, з чого можна сказати, що вони не відокремлювали себе як субкультуру. Але гопи виділяються з маси по всім параметрам, отже, є всі причини зараховувати їх до неформальної молоді.

В основному, представники даного неформально руху закінчили або навчаються в ПТУ або технікумах. Зазвичай, це обмежені і нецікаві особи із низьким рівнем освіти. Все частіше і частіше гопота зустрічається в школах. Для них такий стиль – це, свого роду, філософія життя, світогляд, спосіб позиціонувати себе в суспільстві, показати, який ти крутий «пацанчик» серед «своїх» всілякими способами (в тому числі – кримінальними), адже після цього тебе звичайно «зауважають свої братки». Доречі, слово «пацан» – це основна ознака гопи, якою так гордяться в Україні, а також Росії та Білорусії. Самі гопи себе називають так, і не інакше.

За зовнішнім виглядом визначити самого гопника не є великою проблемою. Вони носять спортивні костюми, як правило з однією-двома смужками по краях, кросівки, підроблені під відомі бренди, таких як «Adidas», «Reebok», «Puma», «Nike», та коротку стрижку. Це є незмінною частиною прихильників цієї субкультури. На верх цього може бути вдягнута шкіряна або куртка від спортивного костюма, популярним додатком є барсетка, а найважливішим елементом гордості та честі кожного гопника є «кепка», хоча досі у вжитку знаходяться класичні «шапки-воровки». Цікавим є те, як саме вона тримається на голові. Одягаючись на маківку, вона не повинна закривати вуха, а навпаки, впиратися на них ззаду.

Найчастіше гопників можна зустріти біля під'їздів або в підворіттях. Але найулюбленіші міста – парки, гаражі, дитячі майданчики, автобусні зупинки та лавки у дворі. Лузаючи насіння («семки») та попиваючи алкогольні напої, вони обговорюють різні теми, наприклад, у кого крутіша «тачка» або подробиці останньої бійки. Найчастіше спілкування відбувається під шансон, або реп, який грає в мобільному телефоні або колонці. Але відлякує перехожих мимо людей не тільки емоційне спілкування з рясною нецензурною

лексиною та гучна музика, але й агресивна манера поведінки, розглядання перехожих в упор, провокування на конфлікти (наприклад, «Ти чо такий резкий?», «Чьо дивишся?!»), вимагання грошей (наприклад, «Слиш, мелочі не знайдеться?», «Дай рубас») та інших цінностей (наприклад, «Ти з якого району?», «Попритай!» (щоб визначити наявність у жертви дрібних, металевих грошей), «Ти хто такий по житті?»). Поширеною звичкою сидіння гопника є навпочіпки із сигаретою за вухом, у промові якого чується велика кількість слів-паразитів, в числі яких: «короче», «типу» і «чуеш» («слиш»), та постійно використовують образливі ярлики «півень», «лох» та ін. по відношенню до тих, хто не відповідає встановленим у гоповському середовищі канонам зовнішності і поведінки, особливо до ботаніків («очкариків») та представників інших субкультур (емо, готи, панки та ін.).

Гопи часто втягають у вуличні конфлікти, де демонструють свою агресивність з допомогою біти, кастет, іншої холодної зброї, а також будь-яких підручних засобів. Вони часто захоплюються бойовими видами спорту: боксом, карате, рукопашний боєм, однак мало хто з них займається цим серйозно. Зазвичай, гопам достатньо знання декількох прийомів, щоб мати перевагу в бійці з невідготовленою людиною.

Гопота – це романтика хуліганства, простота мови і думок, дешевий спортивний одяг «дорогої» марки і шансон на всю гучність. Гопота – бійки, грабежі, наїзди, які націлені на крадіжку грошей, алкоголь і сигарети. Це ненависть до інакомислячих, як і в звичайних неформалів. Ми з лютою ненавистю відносимось до гопників, вони, на нашу думку, недалекі. То якого ж ми ставлення до себе очікуєм? Гопники – невід’ємна частина вічної ворожнечі субкультур, тому що самі вони – субкультура.

Література:

1. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000. – 1209 с.
2. Калугина Е.Н. Концепты «мужчина» и «женщина» в субстандарте русского языка // Язык. Текст. Дискурс. Научный альманах. – Ставрополь; Пятигорск, 2007. – Вып. 5. – С. 103-109.
3. Александров Ю.К. Краткий словарь уголовного жаргона. Очерки криминальной субкультуры. – М.: Права человека, 2011. – 152 с.

О.А. Калінчук

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЯКІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ОСВІТИ ХВИЛЮЮТЬ НИНІ НАУКОВЦІВ?

24-25 листопада 2017 року в Палаці студентів ДНУ ім. Олеся Гончара відбулась Всеукраїнська наукова конференція «Освіта і наука в умовах глобальних трансформацій». Учасниками конференції були науково-педагогічні працівники вищих навчальних закладів та післядипломної педагогічної освіти, представники органів влади, студенти, медпрацівники. В ході наукових дискусій науковці та практики-освітяни прагнули критично осмислити стан та проблеми сучасної освіти і науки в Україні та світі, обмінятися досвідом викладання навчальних дисциплін у ВНЗ, узагальнити його та визначити шляхи реалізації виваженого підходу до перебудови вищої освіти в Україні з огляду на глобальні виклики сучасності. Спочатку робота конференції проходила у формі пленарного засідання, а потім найбільш гострі проблеми сучасної освіти обговорювалися на засіданнях 11 секцій. Найбільш цікаві обговорення та дискусії, з позицій соціології, були на секціях: Секція I. «Вища освіта: проблеми та перспективи розвитку. Роль соціально-гуманітарних дисциплін у системі вищої освіти»; Секція VII. Філософські рецепції на тлі сучасних викликів; Секція IX. «Досягнення науки у галузі культурології, документознавства та інформаційної діяльності»; Секція X. «Проблеми психологічних наук» (див.: [1]).

Останнім часом система освіти починає відставати від світу, який швидко змінюється. Так, Г.В. Калінська у статті «Використання міжнародних інтернет-проектів для розвитку комунікативної компетенції учнів» відзначає, що в сучасному світі знання вже перестають бути самоціллю. Сьогодні вони стають умовою, для успішної реалізації подальшої професійної діяльності. Саме тому перевага інтернету над традиційними засобами навчання полягає у доступності та актуальності матеріалів. Дуже важливо відмітити, позитивну функцію інтернет-проектів та що одним з найкращих міжнародних проектів в Україні є «eTwinning». Таким чином, міжнародні інтернет-проекти: допомагають учням подолати мовний бар'єр та удосконалюють ІТ – навички.

Також у розвитку освіти важливу роль відіграє емоційний інтелект в професійній діяльності викладача. Так, автори Н.В.

Альохіна та В.О. Косарук вважають, що для ефективності здійснення професійної діяльності педагога потрібен емоційний інтелект, який має бути посиленням у технологіях організації освітнього процесу. Цінність емоційного інтелекту викладача вищого навчального закладу полягає у тому, щоб підвищити «захопленість роботою», адже вона не допускає «професійного вигорання», яке може призвести до втрати бажання працювати. Тому що викладач, який захоплений своєю роботою буде більш якісно подавати матеріал.

Таким чином, за допомогою проведення таких конференцій студенти можуть набратися досвіду участі у подібних заходах, а викладачі обмінятися досвідом викладання навчальних дисциплін у вищих навчальних закладах.

Література:

1. Освіта і наука в умовах глобальних трансформацій. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції. 24-25 листопада 2017 р., м. Дніпро / наук. ред. О.Ю. Висоцький. – Д.: СПД «Охотнік», 2017. – Ч. I. – 374 с.; Ч. II. – 354 с.

Л.І. Клименко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА ЯК НОВІТНЯ ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ

Для сучасного етапу розвитку суспільства характерні зміни, які викликані глобалізацією, створенням інформаційного суспільства, розвитком технологій. Усе це призводить до пошуку нових форм здобуття освіти, однією з яких є дистанційна освіта. Вважається, що дистанційна освіта покликана надати всім категоріям громадян рівні можливості в реалізації права людини на освіту незалежно від статі, раси, національності, соціального та майнового стану, роду та характеру занять, світоглядних переконань, належності до партій, ставлення до релігії, віросповідання, стану здоров'я, місця проживання [1].

Інформатизація системи освіти як одна із ланок загального процесу розвитку суспільства, з одного боку, має на меті підвищення ефективності навчання завдяки розширенню обсягів інформації та вдосконалення методів її застосування, а з другого – спрямована на те, щоб користувачі могли застосовувати інформаційні технології в особистій професійній діяльності та навчальному процесі [2].

Дистанційна освіта – це форма навчання з використанням комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, які забезпечують інтерактивну взаємодію викладачів та студентів на різних етапах навчання і самостійну роботу з матеріалами інформаційної мережі [4]. До переваг дистанційної освіти можна віднести: можливість індивідуалізації навчання, вибір бажаного темпу і швидкості навчання, висока якість контролю знань за допомогою модульної системи навчання, ефективне тестування [3].

З метою вивчення поінформованості студентів про дистанційну освіту, а також їхньої зацікавленості у запровадженні та використанні саме цієї форми навчання у ДНУ ім. О. Гончара, було проведено соціологічне опитування студентів денної форми навчання. Участь прийняли 535 респондентів.

Результати опитування виявили наступне.

Почнемо ми з питання про наявність в університеті курсів підвищення кваліфікації та додаткових позаучбових лекцій. Представлені на графіку дані говорять нам про те, що більшість респондентів, це – 41,7%, не знають, чи є в університеті такого виду освіта. Досить багато опитаних вагаються відповісти на дане запитання – 34,2%. Можливо, це також свідчить про те, що студенти не володіють інформацією про наявність додаткової можливості університету. 13,6% респондентів стверджують, що в ДНУ не має курсів підвищення кваліфікації та додаткових позаучбових лекцій. Про те, що в університеті все ж таки є дані послуги говорять лише 8,1% опитаних.

Наступне запитання стосується вже конкретно дистанційної освіти. Знову ж таки, 43,4%, майже половина опитаних, не зіткнулися в університеті з технологіями дистанційної освіти. 28% взагалі не знають, що таке дистанційна освіта, 15,5% студентам важко було відповісти, і це, скоріше за все, говорить про те, що вони не знають про різновид такої освіти. Невеликий відсоток респондентів знають, що таке дистанційна освіта і відчули це на практиці – 11,8%.

Про ставлення студентів до дистанційної освіти ми дізналися з наступного запитання. Опитані досить позитивно дивляться на різновид такої освіти. 25,6% респондентів ставляться позитивно до застосування дистанційних технологій. Найбільший відсоток студентів хоче, аби дистанційна освіта була в якості допоміжного навчання – 33,4%. Ще 17,2% студентів не дуже в цьому зацікавлені і ставляться нейтрально до застосування дистанційних технологій. Не задумувались про таку освіту 11,2% опитаних і лише 9,7% ставляться

негативно до дистанційної освіти.

Найбільш значущі для студентів ДНУ цілі впровадження системи дистанційної освіти стали: відповідність освітньої діяльності університету світовим тенденціям – 51,3%; використання можливостей єдиного відкритого освітнього простору – 46,5%; розвиток нових сегментів освітніх послуг. Ще 24,3% студентів вибрали за ціль створення і використання нових форм навчання при їх інтеграції з іншими формами навчання, 18,1% – збереження і тиражування педагогічного досвіду і унікальних методик викладання. Найменше опитаних віддало перевагу скороченню витрат на забезпечення компонентів навчального процесу – 12,7%.

Найбільш важливими перевагами при виборі дистанційного навчання студенти відмітили: самостійне складання навчального плану, графіка, розклад предметів, що вивчаються; легкість оновлення змісту і можливості архівації старого матеріалу: будь-який навчальний матеріал залишається у студента фіксованим у вигляді комп'ютерних лекцій; можливість поєднувати роботу з навчанням, ці варіанти вибрали більше 50% студентів. Менш популярними являються переваги: потенційна можливість охоплення якомога більшої кількості студентів; рівні можливості одержання освіти незалежно від місця проживання, стану здоров'я, елітарності і матеріальної забезпеченості студента; економія часу та коштів на транспортні пересування; необмеженість студентів у виборі навчального закладу близько 35% опитаних.

Найбільш значущими для студентів виявилися труднощі при виборі дистанційної освіти: обмежені технічні можливості і повільні модеми призводять до затримок у передачі звуку, відео та графіки; недостатня розробка методик навчання; відсутність особистого спілкування з викладачем та іншими студентами – більше 50%. Менш значущими труднощами, на думу опитаних, стали: успішність навчання частково залежить від технічних навичок в управлінні комп'ютером; у деяких випадках в сільських областях все ще ускладнений доступ до Інтернету; існує цілий ряд практичних навичок, які можна отримати тільки при виконанні реальних (а не віртуальних) практичних і лабораторних робіт, ці варіанти обрали близько 35% студентів. Найменшу перевагу респонденти віддали такій проблемі як: відрахування студентів дистанційного навчання вище, ніж студентів традиційних курсів – близько 20%.

Далі ми дізналися про те, чи підтримали б студенти ідею впровадження в навчальний процес ДНУ елементів дистанційного

навчання. Тож, ми бачимо, що без вагань цю ідею підтримало б 27,2% опитаних. Найбільший відсоток згодні на таке нововведення, але ще вагаються – 45,5%. 14,3% студентам було важко визначитись з відповіддю на це питання. Близько 15% опитаних не підтримують ідею дистанційної освіти в ДНУ.

Наступне, про що ми дізналися, були фактори, які перешкоджають використанню дистанційних освітніх технологій, на думку студентів ДНУ. Найбільш важливими виявилися: недостатня розробленість нормативно-правових документів в галузі дистанційної освіти; відсутність необхідних навчально-методичних матеріалів по створенню і розробці дистанційних курсів; недосконалість системи діагностики якості результатів дистанційної освіти; недостатнє технічне оснащення освітнього процесу, ці варіанти обрали більше 60% респондентів. Недостатній рівень володіння викладачів засобами інформаційних і комунікаційних технологій обрали близько 40% студентів.

Далі ми розглянемо, які освітні послуги, на думку студентів ДНУ, можуть бути реалізовані з використанням послуг дистанційної освіти. 55,6% респондентів відзначили, що саме магістратуру можна закінчити з використанням технологій дистанційної освіти. 20,5% опитаних свідчать про те, що за допомогою такого різновиду освіти можна закінчити і магістратуру, і бакалаврат. Все ж таки більшість студентів вважає, що освіту бакалавра потрібно отримувати традиційним шляхом, тому за освіту бакалавра дистанційним способом відмітили лише 13,8% студентів.

Останнє, що ми запитали у студентів ДНУ, було питання про підвищення якості освіти при дистанційному навчанні. Ми прийшли до висновків, що студентам важко надати такий прогноз, так як 43,8% опитаних вагаються з відповіддю. Все ж таки 26,1% респондентів говорять про те, що якість освіти покращиться і 10,3% в цьому впевнені. Близько 20% студентів впевнені, що нічого не зміниться в рівні якості освіти.

На основі викладеного вище можна зробити наступні висновки. Зацікавленість дистанційною освітою виявили більшість опитуваних і вважають її надзвичайно перспективним кроком на сучасному етапі. Значна частина студентів хотіла б навчатися саме таким чином, але вважають, що це не є доступним.

Переважає більшість респондентів виявила своє позитивне ставлення до запровадження дистанційної освіти в ДНУ ім. О. Гончара. Зрозуміло, що дистанційна освіта потребує певних витрат на

підготовку учбових курсів. І реалізувати її зможе викладач, який: веде аналогічні дисципліни на стаціонарі; має власну систему контролюючих тестів; добре обізнаний з новітніми інформаційними технологіями. Але розробка якісних електронних курсів сприяє підвищенню якості навчально-методичного процесу, оскільки студентів стає доступним весь комплекс навчально-методичних матеріалів, він сам може обирати темп та час навчання. Крім того, використання новітніх інформаційних технологій у навчанні дозволяє здійснювати широкомасштабну підготовку та перепідготовку фахівців незалежно від місця їх проживання.

Контроль знань за допомогою електронних засобів для переважної більшості опитаних не є досить актуальним. Це пов'язано як із недостатньою кількістю комп'ютерів та виходу в мережу Інтернет (особливо сільської місцевості). Створення досконалих тестових програм і застосування комп'ютерів в навчальному процесі та вдосконалення методик застосування – реальний шлях інтенсифікації вищої освіти та підвищення її якості.

Взагалі, студенти ДНУ готові до дистанційної освіти, але поки що, в більшості випадків, в якості додаткової, так як вони розуміють, що на даному етапі система не досконала і потребує допрацювань.

Література:

1. Андреев А.А. Дидактические основы дистанционного обучения в высших учебных заведениях. – М.: РАО, 1999. – 120 с.
2. Гуржій А.М. Інформаційні технології в освіті // Проблеми освіти: наук.-метод. зб. – К.: ІЗМН, 2008. – Вип. II. – С. 5-11.
3. Дмитренко П.В., Пасічник Ю.А. Дистанційна освіта. – К.: НПУ, 2009. – 25 с.
4. Корсунська Н.О. Дистанційне навчання: підходи до реалізації // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. праць. – Вінниця, 2000. – С. 29-32.

А.В. Кліменічева

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ВОЛОНТЕРСЬКИЙ РУХ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КОНТЕКСТИ АКТУАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку українського суспільства ми стали свідками значної активізації волонтерського руху, що актуалізує соціологічне вивчення даного феномену. Сучасне суспільство як ніколи потребує усвідомлення необхідності і значимості волонтерського руху. Розвиток волонтерської діяльності є важливим як для суспільства в цілому, так і окремих його секторів, а також самих волонтерів. Для окремої людини участь у волонтерській діяльності сприяє самореалізації та самовдосконаленню, дає можливість отримати нові знання та досвід, а також можливість відчувати себе соціально значущим і соціально корисним. Волонтерство, як відзначають дослідники, позитивно впливає на соціальний та економічний розвиток країни в цілому, допомагаючи вирішити соціально значущі проблеми. Окремо відзначимо і вплив на систему освіти, тому що залучення школярів і студентів в даний вид діяльності сприяє формуванню у молоді активної життєвої позиції, розвиває їх навички, підвищує знання, підтримує патріотичний дух.

Волонтерство з погляду соціології найчастіше розглядається як одна з форм прояву соціальної активності. Особливу популярність тематика волонтерського руху в Україні набула у кризовій ситуації – 2014-2015 рр. Саме в цей час помітну роль починає відігравати громадський сектор, який представлений саме волонтерським рухом. Адже, показово, що кризовий стан приводить до виникнення нових ідей, активізації діяльності певних, не надто помітних, неприбуткових організацій, а також вихід на поверхню всіх латентних проблем, які вже довгий час крились глибоко в соціальній структурі несформованого українського суспільства.

Актуалізацію тематики волонтерського руху в сучасному українському суспільстві, ми можемо підтвердити результатами авторського дослідження, яке було проведено методом контент-аналізу, на тему «Аналіз преси на висвітлення волонтерського руху у сучасному українському суспільстві». Всього було проаналізовано 188 статей газети «Факти та Коментарі», присвячені тематиці волонтерства в Україні за три хронологічні періоди: 01.01.2012-1.11.2013 рік, 02.11.2013-1.11.2015 рік та 02.11.2015-1.12.2017 рік. У

результаті, ми зафіксували: 02.11.2013-1.11.2015 році переважно беруть участь у волонтерській діяльності: держава (4,3%), рідні (6,9%), спілки об'єднань (25,9%) та волонтери (38,8%). Це є свідченням того, що в українському суспільстві волонтерський рух існує в формі колективної діяльності, а не індивідуальної. В цілому до 2014 року волонтерський рух в Україні розвивався досить слабо, у порівнянні з іншими країнами світу. Але Революція Гідності, анексія Криму та війна на Донбасі все змінили. Волонтери взяли на себе велику частину роботи з облаштування комфортного перебування людей на Майдані. Вони організовували польові кухні, встановлювали намети, надавали необхідну інформацію. Волонтерами ставали також і професіонали – медики, юристи, психологи – що прагнули надати фахову допомогу однодумцям. Приводом для участі в волонтерському русі за результатами дослідження стали: необхідність вирішення військового конфлікту (23,4%), бажання врятувати життя (39,1%) та надання гуманітарної допомоги учасникам АТО (27,9%).

Отже, проаналізувавши феномен волонтерського руху в сучасному українському суспільстві, можна сказати, що проблематика волонтерства набула особливої актуальності. Тобто висхідна динаміка популяризації волонтерського руху обумовлена загальнонаціональним кризовим станом, в якому опинилось українське суспільство внаслідок різких структурних трансформацій. Крім того, ми вважаємо, що волонтерська діяльність є не лише важливою опорою держави, а й є дієвим способом соціалізації кожного, хто бере участь в ній, чудовою нагодою отримати цінний досвід через участь у соціально корисних справах. Сучасна волонтерська діяльність має значний потенціал, що передусім проявляється у вихованні патріотизму. Іншими словами, волонтерство слід розглядати як приклад, що сприяє формуванню громадянської відповідальності у молоді, та як один із чинних засобів розвитку громадянського суспільства.

Ю.О. Молдован

Запорізький національний університет

РОЛЬ ОСВІТИ В ОСОБИСТІСНОМУ СТАНОВЛЕННІ ТА САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Сучасний стан суспільства характеризується потужним натиском науково-технічної революції в усіх сферах життя. В цих

умовах надзвичайно зростає роль освіти в житті людини. Освіта є надбанням як власного досвіду, так і певних соціальних умінь, що передаються одними індивідами іншим. Сьогодні освіченість розглядається не як володіння великою кількістю знань і професійних навичок, а як розвиненість різноманітних здібностей особистості.

Виходячи з цього актуальність даної теми полягає у тому, що саме освіта створює умови для максимально можливого розвитку та самореалізації конкретної особистості в умовах повної чи часткової механізації людського життя.

Про актуальність теми свідчить і той факт, що вона є предметом досліджень багатьох науковців із різних галузей наук, серед яких варто виокремити таких авторів, як О. Власова, Б. Гершунський, М. Ноулз, О. Огієнко та ін.

Мета даного дослідження: проаналізувати роль освіти в особистісному становленні та самореалізації особистості. Для досягнення даної мети ми плануємо вирішити наступні завдання: 1) визначити сутність понять «освіта», «самореалізація»; 2) визначити роль освіти у формуванні індивіда як особистості.

Аналізуючи поняття «освіта», ми можемо зазначити, що, з одного боку, даний термін є доволі сталим, а з іншого – існує багато визначень, що потребує уточнення його сутності. Так, посилаючись на «Енциклопедію освіти», видану Академією педагогічних наук України, «Освіта – це цілеспрямована пізнавальна діяльність людей з отримання знань, умінь та навичок або щодо їх вдосконалення. Процес і результат засвоєння особистістю певної системи наукових знань, практичних умінь та навичок і пов'язаного з ними того чи іншого рівня розвитку її розумово-пізнавальної і творчої діяльності, а також морально-естетичної культури, які у своїй сукупності визначають соціальне обличчя та індивідуальну своєрідність цієї особистості [3, с. 673]. Автор підручника з педагогіки В. Ягупов розглядає освіту «складовою виховання. Під освітою розуміють усе те, що сприяє формуванню світогляду особистості, її професійних знань, навичок і вмінь. Сюди входить здобуття спеціально запланованої певної суми знань та їх систематизація» [7, с. 231]. З позицій соціологічної науки «Освіта – один із найдавніших соціальних інститутів, складне і багатоманітне суспільне явище, сфера передачі, освоєння і перероблення знань, умінь, навиків і соціального досвіду» [6, с. 217].

Таким чином, аналізуючи поняття освіта, ми побачили його велику суспільну і індивідуальну значимість як інституту соціалізації особи. Освіта – це процес передавання індивіду соціального досвіду,

який реалізується разом із його самостійною активністю.

Самореалізація – реалізація існуючого потенціалу, здійснення своїх наявних бажань, знань, умінь і здібностей, своїх знань, умінь і здібностей, тих чи інших уявлень про себе і свій шлях у житті [5, с. 241].

Освіта для людини як цілеспрямований, систематичний і послідовний процес має свої особливості і підпорядкований певній системі принципів, дотримання яких забезпечує його ефективність.

О. Огієнко, проаналізувавши теоретичні підходи з концепції М. Ноулза виділяє такі основні принципи освіти, як:

- усвідомлення навчання самим учнем;
- суб'єктний досвід учня (життєвий досвід, який повинен стати багатим джерелом навчання);
- самоспрямованість процесу навчання самосвідомістю незалежної особистості;
- конкретність навчання;
- практичний підхід до засвоєння нових знань та застосування набутих;
- внутрішня вмотивованість людини [4, с. 174].

Орієнтуючись на ці принципи, ми можемо стверджувати, що освіта для особистості виступає і як засіб досягнення певних значимих цілей, і як самоцінність, котра створює для особистості можливість для розширення і реалізації життєвого потенціалу.

Отже, підводячи підсумок вище викладеному матеріалу, ми зазначаємо: освіта являє собою особистісний процес становлення та самореалізації особистості, який існує не лише завдяки власним силам того, хто вчиться, а й за підтримки усіх соціокультурних аспектів суспільства.

Література:

1. Власова О.І. Педагогічна психологія: навч. посібник. – К.: Либідь, 2005. – 400 с.
2. Гершунский Б.С. Концепция самореализации личности в системе обоснования ценностей и целей образования // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 3-9.
3. Енциклопедія освіти / АПН України, гол. ред. В.Г. Кремень. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
4. Огієнко О.І. Андрагогічна модель навчання: американський контекст: монографія / О.І. Огієнко. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 384 с.

5. Пилат Н. Лояльність персоналу до організації в контексті цінностей та самореалізації особистості // Освіта регіону. – 2013. – № 1. – С. 239-247.
6. Танчин І.З. Соціологія: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2007. – 351 с.
7. Ягупов В.В. Педагогіка: Навч. посібник. – К.: Либідь, 2002. – 560 с.

К.І. Пілатова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ПОДОРОЖУЮЧИ КРАЇНОЮ: ТУРИСТИЧНІ ПРАКТИКИ ДНІПРОВСЬКИХ СТУДЕНТІВ

У сьогоднішніх сучасних реаліях туризм придбав загальний характер і трансформувався в культурний феномен, ставши при цьому символом масового споживання, законодавцем моди на стандартизовані задоволення, такі як відпочинок, рекреація, творчість і т.д.

В Україні за останній час туризм став однією з провідних галузей, які перейшли в сферу підприємницької активності, він вписався в виробництво ринкової економіки і сам багато в чому сприяв її формуванню. Цілком зрозуміло, що туризм – це не просто зміна обстановки, подорож, переміщення в просторі. Це усвідомлена цілеспрямована діяльність, діяльність, в першу чергу, культурна (досугова), яка базується на естетично-гедоністичному задумі, на детальному розрахунку вільного часу і вільного бюджету, діяльність споживча, що виражається у виборі і безпосередньому споживанні як комерційних послуг галузі, так і духовних цінностей культурної спадщини. Для сучасної людини туризм – один із способів як самопостиження, творчого самовираження, так і демонстрації свого статусу і споживчих опцій.

Таким чином, за умов сучасного, одночасно глобалізованого та локалізованого, світу особливої значущості набувають туристичні практики як чинник та показник цих процесів. Завдяки таким практикам відбувається трансляція культурних цінностей, збереження історичної пам'яті, консолідація, зростання внутрішньої солідарності конкретного суспільства, з одного боку, та підвищення толерантності у міжкультурних і міждержавних відносинах, формування іміджу країн, становлення глобальної спільноти, – з іншого. Отже, виникає запит на

соціологічну інтерпретацію феномену туризму як соціокультурної практики, а фокусування на туристичних практиках дозволить сформулювати адекватне уявлення контексту, проєктів цілеспрямованої діяльності та ідентичностей, які формуються у процесі туристичної подорожі.

Туризм має багато різновидів, серед яких виокремлюється й внутрішній туризм, тобто тимчасовий виїзд чи подорож усередині своєї країни громадян та осіб, що постійно проживають в межах своєї країни, для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом тощо.

Важливим сегментом внутрішнього туристичного ринку є молодь, в тому числі й студентська. Розвиток студентського туризму є однією з основних тенденцій туристської сфери. При цьому його розвиток характеризується двома тенденціями. З одного боку, суперечності відтворення соціальної структури, способу життя, особливостей матеріальної та духовної культури молодого покоління багато в чому обумовлюють селективні і елітарні функції туризму в Україні. З іншого боку, туризм студентської молоді виступає інструментом передачі цінностей, моделей поведінки, тому як в процесі туристичної діяльності, відвідуючи інші регіони країни, молоді люди вбирають інші норми поведінки, розширюють свій кругозір, намагаючись визначити позитивні і негативні моменти життєустрою інших регіонів, виявити ті цінності, які можливо адаптувати до своєї особистої дійсності, дійсності свого регіону, а також і ті норми, які гальмують суспільний прогрес.

Туризм як напрямок у сучасній соціології охоплюють широке коло теоретико-методологічних підходів, які більшою мірою фокусуються на певних детермінантах, проявах чи наслідках туристичних практик, висвітлюючи таким чином, на думку української дослідниці В. Середи, лише деталі цього феномену, а не цілісну картину. Проблемами соціологічного розгляду туризму як соціального явища займалися різні автори, проте проведений аналіз доступних джерел дає змогу зробити висновок, що недостатньо розкритою є тема змісту, структури та сутності саме внутрішнього туризму як у цілому, так і в перспективі внутрішніх туристичних практик сучасної студентської молоді зокрема. Ми будемо розглядати феномен туризму в контексті теорії практик, який є компромісом між об'єктивізмом системно-структуралістського підходу і суб'єктивізмом феноменології. У концепціях Е. Гідденса, П. Бурд'є, Л. Вітгенштейна та інших дослідників поняття «практика» як цілеспрямована

діяльність, з одного боку, підкреслює активну позицію суб'єкта дії, а з іншого – позначає системно-структурні обмеження [1].

Таким чином, внутрішні туристичні практики – це сукупність видів та прояву туристичних діяльностей на протязі всієї подорожі [2]. Отже, процес переміщення є першим безпосереднім знайомством із «іншим» та першими «пильними поглядами» із вікна поїзда чи автомобіля. Це проміжний етап між підготовкою подорожі і безпосереднім спогляданням за місцем призначення, етап перших вражень. Щодо загалу практик, які реалізуються у місці призначення, В. Середа пропонує розглядати їх крізь трикутник «спостереження – інтерпретація – верифікація». Перша складова включає споглядання видатних пам'яток, традицій, тестування місцевої їжі – всього того, що складає унікальну іншу повсякденність; друга – відповідає за інтерпретацію «іншого» через прийняття точок зору екскурсиводів, путівників, місцевих жителів чи формування власних бачень; третя – включає всю сукупність практик, що дозволяють закріпити отриманий досвід для його подальшої презентації: фотографування, придбання сувенірів, зав'язування контактів із місцевими жителями [1].

Емпіричною ілюстрацією практик внутрішнього туризму стали результати результати вторинного аналізу дослідження кафедри соціології ДНУ імені Олесея Гончара (2012 р.) за темою «Якість життя студентів ДНУ» [3] та результати авторського ілюстративного дослідження «Практики внутрішнього туризму сучасної студентської молоді» (2017 р.) серед студентів трьох ВНЗ міста Дніпро, а саме – Дніпровський національний університет імені Олесея Гончара, Придніпровська державна академія будівництва та архітектури та Дніпровський університет імені Альфреда Нобеля, всього було опитано 380 респондентів.

Отже, згідно із зафіксованими даними дослідження, виявилось, що більшість (62,4%) студентів все ж таки подорожують Україною. Чинниками, які обмежують внутрішній студентський туризм, є: велика вартість поїздки (51,7%) та незацікавленість студентів у туризмі Україною (32,2%). Серед видів туризму, що поширені серед студентів, є наступні: міський пішохідний туризм (20,3%), який і передбачає та робить акцент на самостійне конструювання маршруту; подієвий туризм (12%), пляжний відпочинок (8,6%), освітній туризм (8%). Особливість студентського туризму полягає у бажанні формувати власні бачення й інтерпретацій. Ці риси проявляються ще на самому початку планування подорожей через самостійне планування маршруту (56,1%) та пошуку і інформації

щодо туристичної подорожі, або ж за рекомендаціями друзів та родичів (35,9%).

Розглянувши практики у місці призначення крізь запропонований В. Середою трикутник «спостереження – інтерпретація – верифікація», який відповідає за споглядання видатних пам'яток, традицій, тестування місцевої їжі – всього того, що складає унікальну іншу повсякденність та відповідає за інтерпретацію «іншого» або туристичного через прийняття точок зору екскурсководів, гідів, путівників, місцевих жителів чи формування власних бачень [1], серед студентської молоді поширеними практиками виявилось: самостійні екскурсії містом (23%); відвідування закладів саме місцевої кухні (20,3%); відвідування музеїв, галерей, різноманітні виставок (17,6%), а також поїздки по фестивалях, концертах та інших подіях (17,6%).

Серед практик верифікацій найпоширенішими серед студентів виявилися: шопінг (17,8%) та фотографування туристичних пам'яток та місцевості (63,7%). Туристські фотографії є символічними пам'ятками, матеріальними свідцтвами відвідувань цікавих місць, крім того, туристська фотографія відіграє важливу роль у посттуристичних практиках.

Що стосується посттуристичних практик, які є важливими для побудови кар'єри мандрівника, коли через поширення отриманих вражень, розглядання фотографій чи дарування сувенірів туристи, що з одного боку, заново змушує переживають отриманий досвід, а з іншого – поширення його у своєму середовищі, то серед студентської молоді найпопулярнішими виявилися: поширення фотографій в соціальних мережах (66,8%) та дарування придбаних сувенірів з поїздки (27%).

Отже, до особливостей студентського молодіжного туризму відносяться: по-перше, більш бюджетні подорожі з використанням менш комфортабельних засобів розміщення і транспорту. По-друге, самостійне ретельне планування подорожей та конструювання особистих маршрутів без звернення до гідів і туроператорів. По-третє, висока туристська активність та ступінь мобільності в силу прагнення молодих людей до спілкування, пізнання і наявності вільного часу (наприклад, канікули). По-четверте, поширеність серед цієї соціальної групи освітнього та подієвого видів туризму.

Студенський молодіжний туризм може стати провідною галуззю розвитку як для країни, так для суспільства в цілому, а тому необхідним стає звернення наукової уваги саме на внутрішній

студенський молодіжний туризм та зокрема туристичні практики молоді які його супроводжують.

Література:

1. Серeda Ю.В. Практичний зміст туризму як соціокультурного феномену // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – № 889. – Вип. 25. – С. 53-58.
2. Пілатова К.І. Практики внутрішнього туризму сучасної студентської молоді // Матеріали III Міжнародної наукової конференції «Студентська молодь в умовах глобалізації» (м. Дніпро, 21 квітня 2017 р.) / відп. за вип., проф. В.В.Кривошеїн. – Д.: Вид-во «Грані», 2017. – С. 140-143.
3. Звіт за результатами соціологічного дослідження «Якість життя студентів ДНУ» / Авт. кол.: В.Г. Городяненко, О.В. Гилюн, А.М. Ячний, В.А. Бойко та ін. – Д.: ДНУ ім. Олеса Гончара, 2012. – 159 с.

М.О. Проніна

Запорізький національний університет

РОЛЬ САМООСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

XXI століття – століття бурхливого розвитку науки, технологій та техніки. Сьогодні формується сучасне інформаційне суспільство, якому властиві високий попит знань, висока динаміка розвитку виробництва і особистості. Саме тому одним з пріоритетів подальшого розвитку освіти в Україні визначено створення якісно нового підходу, який повинен базуватися на створенні умов для життєтворчості та самореалізації особистості, у чому й затверджується потреба навчання впродовж усього життя. Основою будь-якого навчання, а особливо навчання у вищій школі, є самостійна робота та самоосвіта, які забезпечують здобуття більш якісної професійної освіти.

Виходячи з цього актуальність даної теми полягає у тому, що самоосвіта має бути одним із головних напрямків розвитку майбутніх фахівців, для забезпечення засвоєння більшої кількості професійних знань та навичок.

Дану проблематику досліджували представники різних галузей науки, а саме філософії, педагогіки, соціології, психології, зокрема Г. Зборовський, Є. Кулик, О. Власова, П. Давидов, Є. Танько,

М. Ткач та інші.

Мета даної роботи – проаналізувати роль самоосвіти у процесі освітньо-професійної підготовки майбутніх фахівців як фактору успішного здобуття професійних компетенцій. Для досягнення мети ми плануємо вирішити наступні завдання: 1) здійснити аналіз понять «самоосвіта» 2) визначити особливості самоосвіти у процесі професійного навчання.

Задля виконання першого завдання, ми проаналізували низку наукових джерел, що дало нам підставу стверджувати, що у відомій психолого-педагогічній і соціологічній літературі ще не склалося єдиного бачення з приводу поняття «самоосвіта». Так, ще С. Рубінштейн зазначав: «Самоосвіта – освіта, яку здобувають самостійно, за межами навчальних закладів, без допомоги того, хто навчає; неформальна форма індивідуальної навчальної діяльності. Хоча навчальна діяльність є провідною тільки для певного віку, все-таки вона пронизує все життя людини» [2]. Соціолог Г. Зборовський під самоосвітою розглядав такий вид діяльності особистості, що характеризується її вільним вибором і направленістю на задоволення потреб у соціалізації, самореалізації, підвищенні культурного, освітнього, професійного та наукових рівнів [5, с. 79]. На думку О. Власової, «самоосвіта – це особливий вид добровільної діяльності, який має власну специфічну структуру, відмінну від структури навчальної діяльності та її самостійних форм тим, що її основні компоненти – мотиви, цілі, задачі, способи дії та способи контролю учень добирає самостійно» [3, с. 203].

Проаналізувавши різні думки щодо змісту поняття «самоосвіта», ми вважаємо, що воно виражає цілу низку характеристик: по-перше, самоосвіта – це особливий вид діяльності особистості; по-друге, це така діяльність, яка підпорядкована чіткій меті на здобуття особистістю певних знань і формування певних властивостей; по-третє, це розвиток мислення, який здійснюється тільки в процесі постійного вдосконалення особистості.

У ході аналізу самоосвіти ми виділили наступні її складові:

- мета, що стимулюватиме студента до отримання нових знань;
- інтереси, мотиви, – невід’ємні складові успішної самостійної пізнавальної діяльності студентства;
- соціально-психологічна готовність студента до самостійної пізнавальної діяльності.

Отже, якщо теперішній студент – майбутній фахівець, орієнтований на здобуття професійних компетенцій, а не на здобуття диплому, то самоосвіта повинна стати невід’ємною складовою його професійного навчання. Тому, в навчальному процесі щодо здобуття професійних компетенцій, ми вважаємо обов’язково має бути присутня самостійна навчально-пізнавальна діяльність студента, яка формує високий рівень загальнокультурної та спеціалізованої підготовки, готовність до входження у ринок праці, міцно сформовані потреби у постійній професійній самоосвіті.

Самоосвіта передбачає вміння оперувати власними знаннями для здобуття нових знань та навичок; вміння ставити та вирішувати завдання; наявність навичок самоорганізації та саморегуляції.

Що стосується структури самоосвіти, то виділяють такі її рівні:

- цілі, пов’язані з життєвими перспективами особистості, з вибором професії та самовихованням;
- визначення завдань загального розвитку особистості (читання додаткової літератури, відвідування окремих спеціалізованих лекцій, участь у наукових конференціях, заходах, спрямованих на поглиблення професійних знань тощо);
- конкретні завдання та цілі (наприклад: успішно скласти іспит чи залік; вивчити іноземну мову);

Найбільш популярними джерелами самоосвіти є різноманітна література (художня, наукова, фахова), інтернет ресурси, засоби масової комунікації, публічні лекції та тренінги, консультації фахівців, відвідування виставок, музеїв, театрів [1, с. 200].

Отже, самоосвіта – актуальна проблема освітнього процесу сьогодення. Ефективна організація самостійної навчально-пізнавальної діяльності студентів, як поштовху до самоосвіти, забезпечить високу якість професійної підготовки та формування необхідних професійних компетенцій. Тому необхідно організувати процес навчання так, щоб студенти, при виконанні завдань, не лише підвищували рівень власних знань, а й шляхом самостійної роботи опановували методи наукового пізнання, формували потребу у постійній самоосвіті, розвивали власний інтерес до новаторського підходу у процесі навчання.

Література:

1. Бойко А.М. Самостійна робота студентів як важлива складова фахової підготовки // Педагогічна майстерня. – 2012. – № 4. – С. 17-21.

2. Вісник психології і педагогіки. – Режим доступу: <http://www.psyh.kiev.ua>.
3. Власова О.І. Педагогічна психологія: навч. посібник для вузів. – К.: Либідь, 2005. – 400 с.
4. Давидов П.Г. Філософія індивідуалізації освіти і болонський процес: самостійна робота чи самоосвіта // Гуманітарний вісник ЗДА. – 2011. – Вип. 44. – С. 197-203.
5. Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Самообразование как социологическая проблема // Социс. – 1997. – № 10. – С. 78–87.
6. Танько Є.В. Організація самостійної навчально-пізнавальної діяльності студентів як основа підготовки майбутніх фахівців // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: зб. наук. праць / Класич. приват. ун-т; [голова ред. ради: А.О. Монаєнко; голов. ред. Т.І. Сущенко]. – Запоріжжя: КПУ, 2013. – Вип. 30 (83). – С. 362-367.

А.Я. Пузенко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

НАСПІВ КИЄВО-ПЕЧЕРСЬКОЇ ЛАВРИ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ВИХОВАННІ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДІ

Як відомо, Києво-Печерська Лавра завжди займала і займає важливе місце в історії. Це повністю відповідає її унікальному наспіву. Києво-Печерський наспів (далі КПН), або Наспів Києво-Печерської Лаври – співоча традиція Києво-Печерської Лаври (далі – КПЛ), монастирська гілка розвитку української церковно-співочої традиції. Склався цей наспів на основі знаменного та південнослов'янського розспівів [1, с. 34].

Історія наспіву КПЛ розпочинається з моменту її заснування преподобним Антонієм в 1051 році. Ігумен Феодосій Печерський у 1051 році встановив «у монастирі своєму, як співати співи монастирські» згідно з уставом IX ст. грецького Студійського монастиря [2, с. 62]. Богослужбовий спів з самого початку займає центральне місце в монастирському житті. Це помітно, перш за все, в перекладі Студійського Тіпикону, який було розпочато з благословіння Антонія за ігуменство преподобного Феодосія, де «регламентується спосіб виконання церковних піснеспівів» [3, с. 43]. Заслуговує на увагу те, що при ігуменстві преп. Феодосія у Печерському монастирі був поставлений уставщиком монах Стефан, який згодом став ігуменом.

На думку відомого історика та дослідника церковного співу Гарднера, він міг бути учнем трьох грецьких виконавців, які прийшли до Києва в 1053 році, та був засновником богослужбово-співочої традиції Києва. Київ-Печерський монастир мав, завдяки своїй організації і традиції, дуже велике значення у справі розповсюдження православної культури. Переважно з монахів цього монастиря обиралися єпископи на різні кафедри руської митрополії [4, с. 238-241].

Історія богослужбового співу південно-західної Русі в період з XII по XVII ст. вивчена недостатньо. Про цей період згадується побіжно лише в книзі Сергія Маркевича [3, с. 45].

У XVII-XVIII ст. в наспіві КПЛ відбувався процес утвердження в співочій практиці багатоголосся. Багатоголосся КПН було відповіддю на розповсюдження партесного співу. Проте багатоголоса співоча практика передавалася в цей період у монастирі тільки усним шляхом. Велике значення мало розспівування богослужбових текстів по ненотованим богослужбовим співочим книгам – по пам'яті. Таке виконання передавало живий досвід багатовікової монастирської молитви.

14 лютого 1816 року було видано наказ Синоду про заборону використання в церковному співі рукописних нот, де йшла мова про те, що всі пісенспіви повинні бути відкориговані композитором Д.С. Бортнянським, або ж складатися з його власних творів. Це означало відмову від вікових співочих традицій та їх подальшу втрату. Проте КПЛ не сприйняла той наказ. У 1841 році митрополит Філарет (Амфітеатров) благословив Духовний Собор лаври берегти «древнее сея святой обители пение без малейшей перемены». Незбаром Духовний Собор лаври видав наказ «О переложении всего круга пения КПЛ на круглую ноту». Таким чином, Печерська обитель за вказівкою Синоду не змінювала, а лише гармонізувала лаврський розспів [5, с. 12-13].

Зазначимо, що після виселення монахів з Лаври у 1930 році служби з КПН деякий час здійснювалися невеличкою братією в Ольгінській церкві, що у Печерському районі Києва. Потім до 1933 року в Китаєвській київській чоловічій пустині. Пізніше богослужіння продовжувались у домівці схіархея. Антонія (Абашидзе).

У 1961 році КПЛ було закрито вдруге. Богослужіння перенесли в приватні приміщення. У Житомирі здійснював служби з печерським наспівом архімандрит Спіридон (Лукіч), а в Києві – архімандрит Феодосій.

Велику роботу по відродженню наспіву КПЛ провів її перший

намісник після відкриття в 1988 році ієромонах Іонафан (Слецьких) та архимандрит Спіридон (Лукіч). У відродженій Лаврі було створено 2 хора: братський та із запрошених професійних півчих.

Одноголосні взірці наспіву КПЛ зустрічаються в українських та білоруських рукописних Ірмологіонах кінця XVI – середини XVII ст. Незважаючи на те, що нотодрукування в Україні розпочалося з 1700 р., в КПЛ до початку XX ст. дотримувалися рукописної нотної традиції. З другої половини XVII ст. у монастирі друкували ненотовані Октоїхи та Ірмологіони, що вказує на усну традицію монашеського співу. Чотириголосся почало утворюватися при ігумені Модесті в кінці XIX ст.

Києво-Печерське багатоголосся засноване на традиційному принципі основної мелодії з терцовим супроводом. Два нижніх голоса виконують різні функції. Безсумнівний вплив на стиль печерського наспіву надала естетика українського бароко та народної творчості. Майже в кожному віршові найзначиміших та торжественних піснеспівів присутній повтор слів або словосполучень. На початку деяких псалмів звучить заспів соліста. Наспів КПЛ вражає своєю торжественністю, благозвучністю, молитвенністю, внутрішньою динамікою та силою. Його особливостями є велична припіднятість, поєднана з українським ліризмом, характерні повтори слів, вигадливість мелодії, особлива густина акордової фактури. Великий композитор П.І. Чайковський так згадував свій візит до КПЛ: «...там поють на свой древний лад, с соблюдением тысячелетних традиций, без нот и, следовательно, без претензий на концертность, но зато что это за самобытное, оригинальное и, иногда, величественно прекрасное богослужебное пение!» [6, с. 162].

Таким чином, я переконана, що співоча традиція Києво-Печерської Лаври є неперевершеним взірцем вокального та хорового мистецтва України для сучасної молоді. Справжні чисті та найліпші українські голоси можна почути саме у виконавців Лаврської хорової школи, бо ця обитель є осередком розвитку співочого мистецтва України. Наспів КПЛ, який формувався століттями на території Київщини, є надбанням наших пращурів та великим скарбом для української молоді. Ця мистецька традиція України не тільки дозволяє розкрити український стиль хорового співу та показати справжню українську вокальну культуру, але й виховує в молоді прагнення до благочесного життя та наближає до Бога кожного, хто виконує або слухає цей ангельський спів.

Література:

1. Успенский Н.Д. Древнерусское певческое искусство. – М.: Сов. композитор, 1971. – 624 с.
2. Корній Л. Історія Української музики. – Київ; Харків; Нью-Йорк: Вид-во М.П. Коць, 1996. – Ч. 1. – 314 с.
3. Прот. Сергей Маркевич. Осмогласие киевского распева протоиерей. – К.: Изд. отдел Украинской Православной Церкви, 2010. – 125 с.
4. Гарднер И.А. Богослужебное пение Русской Православной Церкви. – М.: Православный Свято-Тихоновский Богословский институт, 2004. – Т. 1. – 498 с.
5. Лашенко А. З історії київської хорової школи. – К.: Музична Україна, 2007. – 198 с.
6. Кутузов Б. Русское знаменное пение. – М.: Андрей Рублев, 2008. – 304 с.

Д.О. Раку

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

КОНЦЕПЦІЯ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ ТА ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ САМООСВІТИ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В умовах інтенсивного зростання потоку інформації знання перетворилися на вагомий капітал людини, а освітні послуги, у свою чергу, – певного роду товар. Освіта має економічну і соціальну орієнтацію, адже освічені люди є свідомими громадянами і ефективними працівниками [4, с. 4]. Задля реалізації свого потенціалу та досягнення життєвого успіху потрібно вміти змінювати напрями спеціалізації, мати знатність до гнучкості та мобільності в цілому. Знання, що людина отримує у виші, залишаються актуальними на проміжок часу до 10 років. Таким чином, постає проблема переходу від традиційних процесів накопичення знань до саморегулювання обсягу та специфіки затребуваних знань [3, с. 7].

Своєрідним викликом для сучасної вищої освіти є реалізація запиту на постійний розвиток особистості, оновлення фахових знань. Концепція безперервної освіти відповідає потребам суспільства і висуває задачу поглиблення та розширення не лише професійної компетенції, але й збільшення світогляду людини, формування у неї здібностей до самонавчання. У найбільш широкому значенні, неперервна освіта – це принцип функціонування освіти, що засновується на ідеї послідовності та спадкоємності знань, їх постійного вдосконалення.

Неперервну освіту описують у термінах «освіта, що продовжується», «освіта, що поновлюється», «освіта протягом усього життя», «освіта дорослих». Виділяють три основні напрямки неперервної освіти:

- 1) освіта протягом усього життя – заснована на принципах «lifelong learning», «lifewide learning» та самомотивації до навчання;
- 2) освіта дорослих («adult education») загострює увагу на специфіці потреб дорослого населення, що прагне поглибити знання;
- 3) неперервна професійна освіта («continuing vocational education and training») орієнтована на підтримку конкурентоспроможності людини [5, с. 106].

Широке розповсюдження знаходять такі форми неперервної освіти, як дистанційна освіта для дорослих, неформальна вища освіта, післяуніверситетська освіта.

Освіта має реагувати на суспільні зміни та включати елемент інноваційності, залучати сучасні методи навчання. А неперервна освіта, зокрема, потребує нового диференційованого підходу до суб'єктів навчання, відходу від занадто уніфікованих планів, програм навчання. Зміщується акцент із питання «чому навчити» до нової проблеми – як навчити вчитися самостійно [4, с. 15]. У Всесвітній Декларації про вищу освіту для XXI століття зазначається, що «Вищі навчальні заклади мають забезпечити таке навчання, котре виховує учнів здатних до критичного мислення, аналізу суспільної проблематики, пошуку вирішення проблем, що стоять перед суспільством» [1, с. 8]. В «Концепції розвитку освіти України на період 2015-2025 років» зазначається, що «освіта має перетворитися на ефективний важіль економіки знань, на інноваційне середовище, у якому учні й студенти отримують навички і вміння самостійно оволодівати знанням протягом життя та застосовувати це знання в практичній діяльності» [2, с. 3].

В умовах безперервної освіти підвищується роль самоосвіти, саморегулювання, самоконтролю. Чи не найголовнішою проблемою неперервної освіти постає самомотивація індивіда. За таких умов набуває актуальності неформальна освіта, зокрема з допомогою таких інструментів, як менторство та коучінг [6, с. 36]. Ментор задає приклад, «рольову модель», допомагає власним досвідом. Коуч підтримує інтенсивний діалог, що нашттовує студента на конкретні думки щодо шляху досягнення своєї мети. Обидва методи взаємодії спрямовані на формування таких якостей особистості, як активність, дисципліна, відповідальність, ініціативність, гнучкість, самостійність.

Отже, в умовах сучасного інформаційного суспільства змінюється як завдання освіти, так і її форми та методи. Нараз вона має трансформуватися у неперервну освіту, надаючи людям можливість оновлювати актуальні знання, розширювати професійні навички, зберігаючи, таким чином, свою конкурентоспроможність в усіх сферах суспільного життя.

Література:

1. Всесвітня декларація про вищу освіту для XXI століття: підходи та практичні заходи. – Режим доступу: <http://lpehea.in.ua/inshi-programni-dokumenty/1vsesvitnya-deklaraciya-pro-vyshchu-osvitu-dlya-hhi-stolittya-pidhody-i>.
2. Концепція розвитку освіти України на період 2015-2025 років: Проект / Міністерство освіти і науки України; Стратегічна дорадча група «Освіта». – Режим доступу: http://tnpu.edu.ua/EKTS/proekt_koncepc.pdf.
3. Левченко Т.К. Концепція неперервної освіти у світовому контексті // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2001. – Вип. 3. – С. 7-12.
4. Харківська А.А. Lifelong learning – сучасні проблеми та шляхи їх вирішення // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. Науковий журнал. – 2008. – № 9. – С. 145-151.
5. Зайцева О.В. Непрерывное образование: основные понятия и определения // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – № 7. – С. 106-109.
6. Караджова З.К. Тренинг, менторство и коучинг – инструменты концепции «Обучение на протяжении всей жизни» // Перспективы науки и образования. – 2017. – № 1. – С. 34-38.

Ю.О. Толетік

***Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара* КУЛЬТУРНИЙ ГЕРОЙ У СУЧАСНІЙ МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ**

Масова культура зараз пронизує усі сфери життя індивіда і супроводжує його протягом всього життя, а отже, не можна заперечувати, що її вплив на індивіда дуже великий. Масова культура продукує безліч різноманітних образів, певних цінностей та поведінкових стратегій, яким наслідують мільйони людей. Головним

інструментом масової культури в цьому процесі є культурний герой.

Існують декілька підходів до вивчення феномену культурного героя, дослідник С.Ю. Смирнов їх узагальнює та говорить про такі підходи як екзистенціальний, психоаналітичний, пасіонарний, фольклорно-міфологічний, синергетичний постмодерністський, релігійний, соціально-моральний, волюнтаристський і історико-прогресивний і ін. [1].

Дослідник М.І. Найдорф у своїй праці «“Герой культури” в картині світу: до теорії культурологічного дослідження» висловлює думку, що різні підходи відображають певну трансформацію сприйняття сутності культурного героя [2]. Він стверджує, що спочатку культурний герой з'являється у міфі, поряд з більш звичними поняттями («боги», «герої», «царі»), якими позначають дійових осіб в описах міфічних картин світу.

Дослідник Е.М. Мелетинський стверджує, що «культурний герой – міфічний персонаж, який видобуває або вперше створює для людей різні предмети культури (вогнь, культурні рослини, знаряддя праці), вчить їх мисливським прийомам, ремеслам, мистецтвам, вводить певну соціальну організацію, шлюбні правила, магічні приписи, ритуали і свята» [3].

Згодом, культурний герой трансформується, у середньовіччі культурний герой вже більше не є співтворцем світу. Так, наприклад культурним героєм середньовіччя є релігійний подвижник, канонізований святий, поведінка якого відповідає прийнятим зразкам і який успішно відповідає модельному уявленню «місця» людини. Його заслуга – не в світотворення, а в культуровідповідності. Тут, Найдорф приводить приклад: французький король Людовик Дев'ятий Святий – модельний зразок короля-християнина, відданого Богу, Церкві і підданам. Він – не творець середньовічного світу, але його зразковий продукт. Його образ – не стільки опис історичної особистості, скільки нормативне уявлення про середньовічний простір і «місці», із приписом певного типу діянь сеньйору такого високого рангу [2].

Через культурно-цивілізаційні зміни, зміни ідеалів, гендерний перерозподіл ролей, впровадження технічних інновацій відбувається трансформація образу героя. Міф, як форма культурної рефлексії, зберігається протягом всієї історії, і «культурний герой» зберігається разом з ним. Але після античних часів у людства з'явилися інші рефлексивні засоби, а з ними і новий тип саморепрезентації, що представляє місце людини в світі «героєм культури». Тож, культурний герой є різним відповідно до різних історичних періодів: в епоху

античності – титан, герой-напівбог, олімпієць, воїн; в епоху Середньовіччя – релігійний подвижник, лицар, король, а також богатир-витязь, в епоху Відродження – героїчний ентузіаст, в епоху Нового Часу – фаустіанська людина, надлюдина, нігіліст, а також «чудо-богатир».

Таким чином, «герой культури» – це певний архетип персонажа, що, має соціально-значущі характеристики та риси, а також відтворює моделі поведінки, що шануються в суспільстві. Герой культури представлений в описі його життя і діяння у тексті (усному, письмовому, образотворчому і т.д.) або групі текстів. Причому, питання про те, чи існував ця персоналія «насправді», не має сенсу, оскільки «герой культури» – це зразок очікуваної поведінки, хоча і заданий у формі шанованої біографії відомого персонажа. На думку дослідниці Е.В. Іванової, культурні герої як джерела матриць соціальної поведінки є кристалізаторами ідеалів та трансляторами еталонів їх життя в координатах смислової діяльності ряду людей. Культурний герой виступає суб'єктом міфологічного змістотворення через засоби комунікації транслює і тиражує зразки поведінки в масі [4]. Також, відбувається подвійне соціальне конструювання – індивіди пізнають соціальну реальність крізь образи культурних героїв, але і в той же час індивіди самі створюють, конструюють ці образи.

Завдання культурного героя – постійно діяти в динамічному, позитивному, творчому згоді з минулим, сьогоденням і майбутнім, намагатися зберегти те, що сприяє розвитку життя, протистояти тому і руйнувати – те, що йому заважає.

Із появою масової культури пов'язані численні зміни у сприйнятті культурного героя. Так, однією з характеристик масової культури є тиражованість і тепер ми можемо говорити про неймовірну кількість образів та різноманітних характеристик культурних героїв.

Також, до появи масової культури, серед «культурних героїв» не могло бути великих банкірів, як і великих ремісників чи великих селян. Саме з появою масової культури пов'язана поява ряду «місць», позначених епітетами «знаменитий» – купців, колекціонерів, винахідників, спортсменів і т.п. Її історична новизна полягає в тому, що ця культура має засоби по-іншому «бачити» соціальний склад сучасного суспільства. У ній з'явилися «місця» «знаменитостей»: спортсменів, поп-зірок, знаменитих (Джек Різник) і вигаданих (Беня Крик) злочинців, «літературних» сищиків (Наг Пінкертон), дитячих персонажів (Пітер Пен), знаменитих робочих (Стаханов) і т.п. Ми бачимо, що в масовому культурному просторі знаходяться такі

«місця», які були не уявлені в епоху Нового часу. Значить, це інший простір – інакше організоване структурно і подієво. У суспільствах нового типу ключовими словами, що позначають героя масової культури, стали «знаменитий» (замість «великий») і «культовий» (замість «прославлений») [2].

У сучасній масовій культурі культурний герой найбільш виразно функціонує за допомогою ЗМІ і виконує такі функції як за виховання та вироблення позитивного образу героя або героїні, з якими себе ідентифікує споживач. У телесеріалах для виконання використовуються як усталені символи (герой, трикстер), так і нові, народжені сучасністю – жіночі образи («гінергітична символізація»); функцію «ескапізму», втечі від дійсності, занурення в світ смислів, які будуть недоступні даному індивіду, але бажаних їм: неподільна любов, щасливе материнство, інше існування через позаземні цивілізації і т.д. Можливість формування нових смислів через створення нових міфів на базі переосмислення архаїки – феміністичних, наукових, візуально близьких телеглядачеві і тому доступних його уяві і фантазії [4].

Для сучасного культурного героя також характерне домінування амбівалентності, говорять також про дегероїзацію культурного героя. Так, в масовій культурі зараз характерне існування геніальних соціопатів або божевільних, а також трикстерів. Перші, на думку дослідників А. Максutowої, А. Середи, П. Колесникова, А. Константинова, є найпопулярнішими зі всіх персонажів. Хоча б тому, що в сучасному світі фізична сила перестала відігравати чільну роль в досягненні успіху, поступившись місцем інтелекту. «Smart is the new sexu», – заявляють телевізійники нульових, йдучи на поводу у покоління сапіосексуалов. Прикладами таких героїв є Шерлок з однойменного серіалу або Вілл Грем із «Ганнібала».

Другий тип герою – трикстер, це архетип, демонічно-комічний дублер, сатира на культурного героя, що втілює мінливу природу людини, яку долають підсвідомі бажання. Прагнучи їх задовольнити, Трикстер вдається до всіляких хитрощів і капостей. Норми права та моралі для нього не значать, він порушує табу часом просто з бажання епатувати. Трикстер – блазень, який перевертає все з ніг на голову. Він дивує нас своїми витівками, але на думку вже вище згаданих А. Максutowої, А. Середи, П. Колесникова, А. Константинова, він посправжньому цінний, тому що йому дозволено говорити королю правду. У ролі короля сьогодні виступає глядач, який разом з трикстеру пробує норми моралі на міцність – безпечним для суспільства способом. Популярний сюжет у сучасних серіалах: головний-герой

трікстер хитромудрий, харизматичний персонаж, який буде порушувати правила, і задавати глядачеві питання, щодо актуальної проблеми. Прикладом такого персонажу може бути Доктор Хаус [5]. Популярність трікстеру є наслідком епохи постмодернізму, адже трікстер є певною іронією на культурного героя, іронія, в свою чергу є однією з характеристик мистецтва постмодернізму.

Отже, культурний герой є архетипом, що як і міф є результатом колективного несвідомого і що, через засоби комунікації транслює і тиражує зразки поведінки в масі. Культурний герой існував у всі епохи, існує і зараз, але згідно історично-суспільного розвитку він трансформується. Зараз культурний герой транслюються масовою культурою – серіалами, фільмами, рекламою і т.д. Сучасний культурний герой має характеристики та цінності, що іноді протирічать одна одній, відбувається це через велику кількість пропонованих образів, що, загалом, характерно для епохи постмодерну. Але найпоширенішими характеристиками культурного героя сучасності є культовість, популярність, амбівалентність, самовпевненість, наявність високого інтелекту.

Література:

1. Смирнов С.Ю. Трансформации образа героя в сознании российского общества (социально-философский анализ). – Режим доступа: <http://ens.mil.ru/science/publications/more.htm?id=10814635@cmsArticle>.
2. Найдорф М.И. «Герой культуры» в картине мира: к теории культурологического исследования. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/marknaydorftexts/theory-articles/-geroj-kultury-v-kartine-mira>.
3. Мелетинский Е.М. Культурный герой. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/myth/heilbringer.htm>.
4. Иванова Е.В. Мифологическое смыслообразование: образ культурного героя: автореф. дисс. д-ра филос. наук: 09.00.13 / Урал. гос. ун-т им. А.М. Горького. – Екатеринбург, 2005. – 49 с.
5. Максимова А., Середина А., Колесникова П., Константинов А. Не мы такие – миф такой. – Режим доступа: http://expert.ru/russian_reporter/2015/20/ne-myi-takie--mif-takoj/.

О.В. Шевцова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

В умовах розвитку інформаційних технологій в суспільстві глобальної мережі неспинно трансформується характер соціальних зв'язків і взаємодій. Сьогодні ми спостерігаємо так звану «реальну віртуальність» (поняття введене М. Кастельсом [1]) соціальних практик, а також моделей міжособистісної та масової комунікації, реалізація яких цілком залежить від рівня володіння цифровими технологіями самих суб'єктів комунікації. Одним з найяскравіших прикладів цього є феномен соціальних медіа, які отримали свій розвиток завдяки інтернет-технологіям. Саме вони надали користувачам глобальної мережі можливість інтерактивної взаємодії між собою за допомогою електронних соціальних мереж, блогів, вікі-сервісів і тому подібного. Соціальні медіа, таким чином, набувають якості базового інструменту комунікації, що дозволяє реалізувати найрізноманітніші інтереси користувача у межах кіберпростору.

Особисте прагнення людини до комунікації, наявність доступу до Інтернету, спільні цілі, свобода для самовираження, вміння працювати з інформацією (створювати призначений для користувача контент в нових соціальних медіа) є основою для створення мережевих спільнот, віртуальних соціальних груп. Їх сталий розвиток зумовив інтерес до них з боку сучасних соціологів.

Один із перших ґрунтовних оглядів різних підходів до визначення сутності віртуальних спільнот був представлений в роботі М. Кастельса «Галактика Інтернет. Міркування про Інтернет, бізнес і суспільство» [1]. У розділі IV «Віртуальні співтовариства або мережеве суспільство?» вчений пише: «Саме індивідууми будують свої мережі, онлайніві і офлайніві, ґрунтуючись на своїх інтересах, цінностях, схильностях і проєктах. Завдяки гнучкості і комунікаційним можливостям Інтернету онлайнівіва соціальна взаємодія відіграє дедалі більшу роль у громадській організації в цілому. Коли використання онлайнівівих мереж практично стабілізується, вони зможуть будувати спільноти – віртуальні спільноти, – відмінні від фізичних спільнот, але не обов'язково менш значущі, менш ефективні в тому, що стосується об'єднання і мобілізації. Крім того, ми стаємо свідками розвитку в нашому суспільстві комунікаційного гібрида, який зводить воедино місце у фізичному просторі й кіберпросторі (якщо використовувати

термінологію Уеллмана) і виступає в ролі матеріальної опори мережевого індивідуалізму» [1].

Особливість поведінки людини в кіберпросторі дозволяє нам розглядати інтернет-комунікацію як принципово новий спосіб самовираження і самореалізації особистості. Відкритий і динамічний комунікативний простір Інтернету стає тим середовищем, у якому кожен суб'єкт прагне бути представленим. Людина (говорячи мовою мережі – користувач), «приходячи» в Інтернет, шукає і вибирає потрібні й цікаві для себе «місця проживання»: форуми, мережі, блоги та ін. Існуючи у віртуальному світі, користувач вбудовується в систему інтеракцій і визначає, в першу чергу, прийнятні для себе стратегії і зміст самопрезентації в мережі, виходячи із специфіки інтернет-комунікації. У ситуації фізичної непередставленості користувачів один одному, одночасної комунікації «багатьох з багатьма» при підвищеній динамічності інтеракцій, самопрезентація стає необхідною умовою ефективності інтернет-комунікації. При цьому можливості самопрезентації обумовлені досить обмеженим набором інструментів та каналів, які задає той чи інший тип соціальних мереж. Це дозволяє припустити, що самопрезентація мережевого покоління в різних типах соціальних медіа має свої особливості.

Представники групи вчених з Темпльського університету (США) (Sh. Zhao, Sh. Grasmuck, J. Martin) зазначають, що дослідження соціальних мереж, які проводилися раніше в Америці і Європі, вивчали особливості самопрезентації в анонімному онлайн середовищі [2]. Сам аспект анонімності дозволяє людині змінювати свою поведінку і моделювати абсолютно нову особистість, включаючи асоціальні й девіантні прояви. Однак, як відзначають автори, саме питання про анонімність в даному середовищі обумовлено виключно опосередкованістю. У той же час, всі соціальні мережі намагаються ввести контроль заповнюваних анкет-профайлів. Таким чином, автори відзначають, що соціальні мережі є вже не анонімної середовищем, а середовищем, яке сприяє онлайн спілкуванню як з людьми, яких ви знаєте в реальному житті, так і з тими, котрих ви ніколи не зустрічали. Це обумовлює більш чесне заповнення анкети, в якій крім фотографії вказуються хобі, музичні інтереси, улюблені книги. Тобто розміщувана інформація стає більш правдивою та наближеною до реальності.

З іншого боку, як показали вчені з Університету Бат (Великобританія) (A. Vasalou, A. Joinson, T. Banziger, P. Goldie, J. Pitt),

існує кілька типів людей, які різняться за способом використання ними тих чи інших аватарів (головної фотографії у профайлі) як способу самопрезентації у мережі [3]. Двадцять учасників дослідження, проведеного вченими, були розділені на три групи: 1) ті, хто для аватару використовують фотографії, які в найбільш вигідному світлі демонструють їх особистість та соціальні ролі; 2) люди, які завдяки створеній анкеті в мережі «вирвалися на свободу з соціальних правил, що регулюють самопрезентацію»; 3) особи, що використовують аватари для того, щоб передати якийсь сенс, послання конкретної аудиторії, діючи за принципом «кому треба – той зрозуміє».

Однак, як підкреслюють А. Vasalou та А.Н. Joinson [3], вибір аватара залежить також від середовища, в якому перебуває людина. Так, існує три основних соціальних онлайн середовища: блоги, знайомства та ігри. Люди, які ведуть блоги, обирають фотографії, що найбільш чесно відображають їх реальний фізичний вигляд. Для знайомств користувачі викладають фотографії, які можуть привабити потенційного партнера. Аватар же для ігор обирається такий, щоб максимально передати інтелектуальні здібності власника профайлу. Крім того, автори даного дослідження вивчили, наскільки характеристики, яким наділяють «аватар», збігаються з тими, які людина приписує собі. В ході даного дослідження вчені виявили, що, незалежно від середовища, 82% користувачів наділяють свій аватар такими ж характеристиками, як і себе у реальному житті.

Таким чином, ми бачимо, що з одного боку анонімність, яка створюється опосередкованим спілкуванням через інтернет, може породжувати зміну профайлу зі створення віртуальної особистості, яка буде відрізнятися від реальної. З іншого боку, сама специфіка соціальних мереж передбачає спілкування з людьми, які знайомі в реальному житті, а отже, опосередковане спілкування не є в повній мірі анонімним і може наповнюватися певними символами, які будуть створювати необхідні аспекти образу як прототипу реального зовнішнього вигляду.

Як зазначає В.А. Лабунська, одним з найважливіших засобів побудови типологій, виділення і розпізнавання певних соціальних груп, страт, опису стилів життя стає зовнішній вигляд людини як спосіб візуальної комунікації і стратифікації [4]. Навіть створений віртуально, він створений як «Я-для-Іншого» і наповнюється за рахунок різних невербальних аспектів необхідною інформацією про особу.

Отже, самопрезентацію в соціальній мережі можна вважати

процесом, органічно властивим представникам мережевого покоління, для яких інтернет є простором, де вони почувають себе вільно і гармонійно. Інтернет-комунікації для них мають таке ж значення, як комунікації в офлайн, тому вони, в залежності від соціальної комунікативної ситуації використовують самопрезентацію як інструмент для досягнення своїх життєвих цілей та інтересів. Будучи поколінням інформаційно грамотним, вони розуміють відмінності комунікативних майданчиків соціальних медіа і тому при самопрезентації в мережі використовують весь інструментарій відповідно до специфіки мережі і її аудиторії.

Література:

1. Кастельс М. Галактика Інтернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург: У -Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
2. Zhao Sh., Grasmuck S., Martin J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships // Computers in Human Behavior. – 2008. – Vol. 24, № 5. – P. 1816-1836.
3. Vasalou A., Joinson A.N. Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars // Computers in Human Behavior. – 2009. – Vol. 25, № 2. – P. 510–520.
4. Лабунская В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен // Социальная психология и общество. – 2010. – № 1. – С. 26-39.

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ

Є.К. Омельченко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ВИМІРЮВАННЯ РИЗИКІВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СОЦІУМУ

Сьогодення ставить перед нашою країною низку нових викликів, пов'язаних з нестабільною внутрішньою ситуацією, а також зовнішніми чинниками. Український соціум намагається змінити вектор свого руху, змістивши його на європейській. Результатом таких прагнень на даний момент стали підписана угода про асоціацію з Європейським Союзом, а також отримання безвізового режиму. Це лише перші кроки, і нам ще доведеться пройти тернистий та повний перешкод шлях.

Слід зазначити, що обраний курс передбачає не лише перейняття європейських цінностей, встановлення економічних та соціальних взаємовідносин з ЄС. Наша країна може опинитися у полі функціонування так званого «суспільства ризику», що зумовлює появу нових ризиків, які необхідно зафіксувати та проаналізувати. Процес операціоналізації та вимірювання ризиків не є новим для європейської соціологічної думки, де була створена розгалужена система теоретичних напрацювань та практичних досліджень з цієї тематики, що сприяло виокремленню функцій та особливостей існування й розвитку «суспільства ризику». Дослідження цієї проблематики стало нагальним для Західної Європи ще наприкінці ХХ – початку ХХІ століть через глобальні зміни виробничих відносин, модернізацію.

Ризик на сьогоднішній момент стає суспільною, суб'єктивною проблемою, що відкриває можливості його соціологічного осмислення та аналізу. На перший план, таким чином, виходить питання того, хто приймає рішення або, що виступає вирішальним фактором у питанні врахування або неврахування ризикової ситуації. Відповідно до цього, до існуючої дискусії про калькуляцію, сприйняття, оцінку та згоду на ризик додається також проблема відбору ризиків: одна суспільна подія враховується та маркується у якості такої, що є джерелом ризику, інша

– може не вважатися такою. В цьому питанні, роль соціолога полягає у виявленні того чи є така селективність випадковою або за нею стоять певні соціальні фактори.

У сучасних дослідженнях проглядається доволі розгалужена система аналізу соціального ризику як складного та багатоаспектного явища, побудовані чисельні концепції аналізу соціогенезу ризику, оцінки його впливу на суспільство в умовах модернізації та глобалізації, підрахунку рівня ризиковості ситуації, сприйняття ризику тими чи іншими соціальними спільнотами та класами.

Німецький соціолог Ульріх Бек першим заговорив про проблеми виникнення сучасних ризиків, джерела їх появи та функціонування. Зокрема, він відмічає, що «логіка виробництва багатства індустріального суспільства змінюється логікою виробництва ризиків» [1, с. 14]. Таким чином, дослідник виокремлює ризик як ключовий елемент стратифікації у сучасному суспільстві та наголошує на його центральному місці у європейському соціумі.

Також відмічаємо, без загострення на цьому особливій уваги, що на сьогоднішній день щодо проблеми «суспільства ризику» є достатня кількість теоретичних концепцій та підходів. Зокрема, соціально-перцептивний Н. Лумана, культурно-символічний М. Дуглас та А. Вільдавскі, теорії Е. Гіденса та У. Бека [2].

Переймаючи європейські цінності, ми маємо усвідомлювати, що разом з тим у нашому соціумі починає функціонувати «суспільство ризику» з його особливостями, які для нас не є достатньо відомими. Отже, якими будуть особливості функціонування «суспільства ризику» в Україні? Чи буде його становлення проходити так само як це відбувалося у європейських країнах або в українських реаліях все відбуватиметься за іншою схемою? Яким чином емпірично дослідити цей процес? На всі ці питання ще доведеться знайти відповіді.

Західні дослідники по-різному оцінюють вплив «суспільства ризику» на функціонування соціуму. З одного боку, говорячи про позитивні тенденції від збільшення рівня ризикованості, як, наприклад, Ентоні Гіденс: «З переходом на новий етап розвитку суспільства та технологій буде досягнутий високий рівень безпеки, незважаючи на те, що процес модернізації лише посприяв появі нових ризиків» [3, с. 107-134]. З іншого боку, деякі, зокрема, Білл Тьорнер, говорять про зовсім протилежні результати цього процесу: «ризики виникають з самого процесу виробництва багатства..., що є загрозою для усієї системи людських суспільств» [4, р. 99].

В українській соціологічній думці в рамках різних

теоретичних підходів дослідженням тих чи інших сторін соціального ризику займались Л.Д. Бевзенко, Є.В. Котов, І.А. Євдокимова, Ю.Е. Щербаков, О.Г. Рогожин, Н.В. Панкратова та інші. Однак, такі дослідження не дали повною мірою відповідей на питання, що нас турбують.

Отже, глобалізація сприяє екстериторіальності ризику та його проникненню у все більшу кількість країн. Деякі з особливостей функціонування та вимірювання ризиків в умовах сучасного українського соціуму ми можемо назвати вже зараз. Серед них:

1) тривалий період існування українського суспільства в умовах соціалізму та володарювання радянських цінностей, що сьогодні проявляється у дуалізмі, коли «радянскість» ще не викоренена остаточно, а діаметрально протилежні європейські капіталістичні норми активно проникають у соціум;

2) неможливість прорахувати реальні наслідки небезпек, навіть за допомогою сучасних експертних моделей аналізу, через наявність ризиків «проблем зі значними наслідками» [5], зокрема ситуації на окупованих територіях Донбасу;

3) нерівномірність сприйняття одних і тих самих ризикових ситуацій різними індивідами через розбіжність політичних поглядів та культурних норм;

4) низький рівень позитивного сприйняття ризиків, обумовлений тотальною недовірою до державних органів та ситуацією, коли індивід фактично може довіряти лише «самому собі», що підтверджено зокрема соціологічними опитуваннями Центру імені Разумкова у 2017 році [5];

5) сприйняття українцями ризику у якості загрози, тобто елемента, що несе в собі небезпеку та може підірвати соціальний порядок у країні.

Таким чином, на відміну від європейського підходу, де ризики сприймаються у якості цінності, яка в деяких ситуаціях може принести користь та сприяти соціальному прогресу, в Україні поки що не сформована чітка позитивна позиція щодо соціального ризику. Таку ситуацію можна пояснити нестабільністю у політичному, економічному та соціальному житті країни; відсутністю впевненості у майбутньому; тотальною недовірою та ситуацією «роздвоєності норм» між радянськими та європейськими.

Необхідною стає розробка ефективних методик фіксації та вимірювання ризиків з застосуванням якісних методів аналізу. Необхідним також є подальший щорічний моніторинг ситуації щодо

становлення «суспільства ризику» та виявлення факторів його існування або відсутності в українському соціумі.

Література:

1. Бек У. Общество риска. На пути к новому модерну. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
2. Вилдавски А., Дейк К. Теории восприятия риска: кто боится, чего и почему // THESIS. – 1994. – № 5. – С. 268-276.
3. Гидденс Э. Судьба, риск и безопасность // THESIS. – 1994. – № 5. – С. 107-134.
4. Turner B.S. Orientalism, postmodernism and globalism. – London; NewYork: Routledge, 1994. – 244 p.
5. Ставлення громадян України до суспільних інститутів, електоральні орієнтації: Результати соціологічного дослідження / Центр імені Разумкова. – 2017. – Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/uploads/socio/Press0417.pdf>.

А.Д. Абрамова

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДИСКУРС СЕКСУАЛЬНОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Сучасні мас-медіа стали чи не головним дискурсивним полем, в якому відбувається конструювання поняття сексуальності. Та попри гостроту теми, дискусії навколо медіа та їх ролі у (від)творенні уявлень про сексуальність рідко спираються на дані досліджень медіа. Якою постає сексуальність в українських онлайн медіа – питання, яке лежить в основі цього дослідження.

Мішель Фуко в «Історії сексуальності» вказує, що модерному європейському суспільству притаманна *scientia sexualis* – спосіб дискурсивного виробництва сексуальності центрованої навколо практики зізнання, що запозичена медициною та педагогікою з християнської практики [5, с. 127]. Протягом XIX ст. медицина стала основним каналом трансляції ірраціональних «моральних перешкод, економічних або політичних вподобань, традиційних страхів», легітимувавши свій авторитет посиланнями на більш «науково раціональну» біологію розмноження. На відміну від періоду аналізованого Фуко, сучасна конкуренція медицини та біології за

визначення того, чим є сексуальність, відбувається в полі медіа. Але це поле не є нейтральним, медіа і самі є активним учасником цієї дискурсивної боротьби через відбір та інтерпретацію повідомлень інших учасників, а також конструювання власних фреймів представлення подій.

У постмодерністській філософській парадигмі актуалізується розуміння суспільства як суспільства нового типу – постіндустріального і інформаційного, тобто такого, що оперує великою кількістю знаків, в один з яких перетворюється і тіло. Постулюється і піддається філософській рефлексії тіло «метромедіальне» і «інстальоване» [2]. У цих концептах експліковані коннотації медіальності, образності і видовищності, оскільки в умовах домінування візуального саме тіло стає зоною перетину різних дискурсивних практик. Візуальне як інстанція формування і трансляції сенсу («цивілізація образу» П. Віріліо) в сучасній гуманітарній науці атрибується, відповідно, візуальній культурі і медіакulturі. На думку Д. Келлнера, саме медіакultura за допомогою образів учить нас тому, «як поводитися і що думати, відчувати, в що вірити, чого боятися і бажати – і чого ні» [1, с. 402], саме медіакultura надає моделі сесуальності: що означає бути чоловіком, жінкою, привабливим або ні.

Сексуальність, на нашу думку, сьогодні цікава своїми не стільки економічними (дивись у Ж. Бодрійяра про «загальну фемінізацію речей в рекламі: річ-жінка - це ефективна схема переконання, соціальна міфологія: усі речі прикидаються жінками, щоб їх купували» [2, с. 79]), скільки політичними / ідеологічними інтенціями. Пояснимо: з одного боку, зображення сексуальності як і раніше використовується для еротизації продукту і залучення споживача, з іншого – загальні тенденції репрезентації сексуальності в масмедійному просторі виявляють, разом з особливостями соціальної політики української держави останніми роками, очевидні неотрадиціоналістські, неопатріархальні установки домінуючої ідеології. Саме остання детермінує практики репрезентації, які, у свою чергу, є найважливішими каналами конструювання сексуальності. По суті, медіа як агенти репрезентації можна вважати свого роду додатковим «регульовальником сексуальності» [1, с. 401].

Зображаючи людські тіла, медіа також відтворюють певні соціальні стандарти – краси та сексуальної привабливості, – за допомогою операцій виключення та оцінки. Найлегше помітити це на прикладі реклами. Загалом реклама впливає на нас у такий спосіб:

вона намагається створити асоціацію між товаром і чимось бажаним та цінним для нас, що ми отримаємо, придбавши товар. Найпростіше бажання, на якому грає реклама, – це сексуальне бажання. Тож коли реклама створює асоціацію між товаром і тілом, це переважно таке тіло, яке вважається сексуально привабливим у певному суспільстві в певну історичну епоху. Якщо ми подивимося на сучасну рекламу, то побачимо, що тіла в ній – це переважно молоді, худі, часто напівголені, жіночі тіла. Коли така реклама орієнтована на жінок, вона разом із товаром продає обіцянку зробити їх такими ж привабливими та бажаними, як модель, що його рекламує. Коли вона орієнтована на гетеросексуальних чоловіків – то продає їм ілюзію, що вони зможуть оволодіти жіночим тілом, яке бачать поруч із рекламованим товаром. В обох випадках культивується образ жінки як сексуального об'єкта, що має бути пасивно звабливим, а чоловіка – як сексуального суб'єкта, який активно обирає та насолоджується жіночим тілом. Але чим краще маркетологи розуміють, що їхня цільова аудиторія складається також і з гетеросексуальних жінок, – тим частіше в ній починає використовуватися також оголене чоловіче тіло.

Можливість спостерігати сексуальні сцени за допомогою медіа не виходячи з дому практично безмежна. Бажаючи трохи насолодитися безцільним проведенням часу, ми із задоволенням роздивляємося сексуальні зразки реклами. З них ми засвоюємо спрощені уявлення про секс, що доводять, що секс-товар особливо добре продається, якщо має юну пружну упаковку. Будь-який типовий телеканал наскрізь пронизаний сексуальними натяками і навіть найодвертішими зверненнями до теми сексу. Близько 66% українських передач, що виходять в списки ефірного часу, носять сексуальний характер [4]. З кожним роком телепередачі стають усе більш сексуальними. Причому все частіше дозволяють собі перекидатися жартами на тему сексу неодружені люди, і лише 14% усіх сексуальних коментарів в популярних телепередачах адресовано одне одному подружжям [3].

Велику аудиторію мають сьогодні і українські телевізійні серіали. Якщо ми приєднаємося до цих глядачів, то побачимо перед собою яскраві приклади сексуальних інтриг на ґрунті зрад, обману, помсти і насильства. В середньому кількість статевих актів протягом години в популярних «мильних операх» коливається від шести до десяти залежно від типу передачі [4]. Предметами ток-шоу також часто стають такі теми, як «Вагітні в ранньому віці», «Любов між

двоюрідними братами і сестрами» або «Компрометуючі побробиці відео зі схованої камери». Не варто і говорити про безмежні можливості трансляції відвертих сексуальних сцен по кабельному і супутниковому телебаченню. Наприклад, рясніють сексуальними образами музичні канали.

Чому сексуалізовані образи в медіа є проблемою? По-перше, вони створюють в аудиторії нереалістичні очікування щодо власних тіл. Із цієї причини в лондонському транспорті нещодавно було заборонено рекламувати харчові добавки для схуднення під слоганом «Чи готове твоє пляжне тіло до літа?». У цій рекламі бачимо два неявних припущення: 1) на пляжний відпочинок заслуговують лише люди, що мають особливі «пляжні» тіла, і 2) ці «пляжні тіла» мають бути молодими та стрункими. Саме вони обурили мешканців міста та мера Лондона. Бо для того, щоби бути здоровим, задоволеним власним тілом та відпочивати на пляжі, зовсім не обов'язково виглядати як фітнес-модель.

По-друге, реклама, що використовує сексуалізовані образи, є сексистською, бо поширює гендерні упередження щодо сексуальної поведінки: жінки – пасивні, чоловіки – активні, жінки мають бути сексуально привабливими, чоловіки – не обов'язково. Сексистською також є реклама, яка підтримує та поширює інші гендерні упередження, наприклад, уявлення про те, що жінки менш розумні за чоловіків.

По-третє, зображення людей винятково як сексуальних об'єктів створює сприятливий клімат для насильства. Таке представлення ігнорує особистість, потреби й права людей, і зводить їх до предметів, які можна використати (зокрема і зламати, викинути й замінити новими).

Отже, сексуальність, яка представлена в українських медіа, є продуктом домінуючої ідеології, націленої на актуалізацію патріархатних тенденцій. По-перше, тому, що набуло поширення і популярність телевізійного формату, який присвячений «переробленню» жіночого тіла, жінка проводиться через обряд підвищення статусу, в результаті якого набуває статус жінки і, більше того, статус члена суспільства. По-друге, отримання шуканої «жіночності», зав'язаної на патріархатній ідеології, нерозривно пов'язане з об'єктивуванням власного тіла через перетворення його на об'єкт, на який спрямований «чоловічий погляд». Саме чоловік покликаний судити і оцінювати жіноче тіло, зводячи усю індивідуальність виключно до зовнішнього, до перформансу. По-третє,

саме ці зовнішні прояви жіночності інтеріоризуються як жінкою, так і чоловіком і усвідомлюються ними як єдино можливий спосіб репрезентації, а «неканонічне» жіноче тіло відкидається і делегітимізується як самими жінками, що засвоїли «уроки сексуальності», так і домінуючим медіадискурсом.

Література:

1. Барбру Л.О любви, гендерном равноправии, сексуальности и насилии // Журнал исследований социальной политики. – 2003. – Т. 1, № 3/4. – С. 397-411.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 1995. – 172 с.
3. «Від пацанки до панянки – 2» закінчилося з часткою 15,76 %. – Режим доступу: http://www.telekritika.ua/news/2011-11-17/67334?theme_page=50.
4. Филипповский И. Ставки украинских телеканалов в 2016. – Режим доступа: <http://www.satorbita.com/forum/novosti-televideniya/topic-850.html>.
5. Фуко М. Использование удовольствий. История сексуальности / пер. с фр. В. Каплуна. – С.-Пб.: Академический проект, 2004. – Т. 2. – 432 с.

В.А. Балійчук

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара **ПІДПРИЄМЦІ ТА ВЛАДА: ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ**

Тема взаємодії держави та підприємців набула актуальності з активізацією України на міжнародній арені, як самостійного незалежного суб'єкта, з участі України у глобалізаційних процесах. Україна, в міру того, як ставала членом європейських традицій, переймала досвід західних партнерів у веденні державної політики. Децентралізаційна реформа, лібералізація умов ведення бізнесу – є прикладом таких традицій.

З початком децентралізаційної реформи ще більшої актуальності набуло питання взаємодії підприємців з органами місцевого самоврядування. Саме на вивчення цього питання було направлено одне з досліджень, яке, за участі автора, проводились компанією «Оперативна соціологія» в рамках проекту «Партисипативна демократія та обґрунтовані рішення на місцевому рівні в Україні», на замовлення Асоціації міст України спільно з Норвезькою асоціацією місцевих та регіональних влад, Норвезьким інститутом міських і

регіональних досліджень Осло і Акерхузського університетського коледжу прикладних наук, за фінансової підтримки МЗС Норвегії.

У рамках даного проекту вивчалась думка підприємців стосовно аспектів взаємодії з органами місцевого самоврядування. Об'єктом дослідження були обрані суб'єкти підприємницької діяльності – юридичні та фізичні особи – підприємці з досвідом роботи від 1 до 2 років. З урахуванням специфіки об'єкта вивчення, його важкодоступності й мети дослідження було вирішено реалізувати якісну стратегію соціологічного дослідження з використанням методу фокус-груп. У дослідженні приймали участь підприємці з міст: Коростень, Шепетівка, Шумськ, Володимир-Волинський, Самбір, Яремча, Сторожинець, Кам'янець-Подільський, Сатанів, Ладижин, Чугуїв, Миргород, Ніжин, Славутич, Біла Церква, Канів, Олександрія, Гола Пристань, Вознесенськ, Апостолове, Білгород-Дністровський, Каховка.

Усього в дослідженні взяли участь 146 представників різних сфер підприємницької діяльності.

Спільними позитивними моментами, названими інформантами під час більшості фокус-груп, є легкість реєстрації підприємницької діяльності, оперативну та якісну роботу центрів надання адміністративних послуг, а також консультативні послуги й допомога конкретних представників державних органів, з якими підприємців поєднують особисті контакти, відкритість і доступність місцевої влади, сприяння у вирішенні проблемних питань інвестиційно-підприємницької діяльності, достатньо високий рівень інформаційного супроводу інвестиційної діяльності.

У якості окремих прикладів позитивної взаємодії підприємців з органами місцевого самоврядування інформанти говорили про організацію та проведення інформаційно-консультативних заходів для підприємців, запрошення їх до участі у розробці стратегій розвитку міст, зменшення тиску на бізнес з боку контролюючих органів, прийняття місцевими радами рішень, що полегшують фінансове навантаження на підприємців, створення об'єднаних територіальних громад, наявність телефонної гарячої лінії для консультацій з питань бізнесу, збільшення кількості випадків легального працевлаштування найманих працівників завдяки введенню відповідних штрафів, публічні подяки влади представникам бізнес-спільноти за фінансову участь у благоустрої міста.

Окремими позитивними моментами у питаннях інвестиційної діяльності було відзначено те, що органи місцевого самоврядування

беруть активну участь у залученні інвестицій у місто, у маленьких містах завдяки інтенсивним особистим зв'язкам мешканців складається позитивний інвестиційний клімат, підприємці знають про існування стратегій розвитку міст і залучені до їх розробки, ставки місцевих податків відносно низькі та сприятливі для інвестицій, запроваджується програма «Громадський бюджет».

У якості спільних проблемних моментів інформанти фокус-груп назвали недостатньо прозорі умови для ведення бізнесу, непоодинокі випадки некоректної поведінки, некомпетентності та недбалого виконання своїх обов'язків співробітниками органів місцевого самоврядування та інших державних установ, а також незрозумілість або недостатність інформаційно-консультативного супроводу підприємницької діяльності.

У питаннях, що стосувались інвестиційної діяльності це: відсутність підтримки інвесторів з боку місцевої влади, небажання чиновників вести конструктивний діалог з підприємцями щодо перспектив розвитку міст, корумпованість чиновників, проблеми загальнодержавного рівня (економічна криза, великі податки, недосконале законодавство, високі банківські ставки по кредитах, непорозуміння з фіскальними службами, підвищення курсу валюти, зростання тарифів на енергоносії), відсутність кваліфікованих співробітників і формальне ставлення місцевої влади до реалізації стратегій розвитку міст.

Серед окремих прикладів проблем у взаємодії підприємців з органами місцевого самоврядування йшлося про несправедливість штрафів за ненавмисні помилки при заповненні електронної звітності в податкову, випадки тиску на бізнес з боку контролюючих органів, затягування розгляду питань підприємців в державних установах, в тому числі й щодо оформлення інвестицій, незацікавленість місцевої влади у взаємодії з малим і середнім бізнесом, відсутність з боку влади бажання підтримати ініціативи підприємців у здійсненні суспільно-корисних справ, труднощі з земельним питанням, відсутність у містах затверджених генеральних планів, бездіяльність місцевої влади, низька кваліфікація, непрофесійність, безвідповідальність чиновників і депутатів, неналежний контроль місцевої влади та правоохоронних органів за незаконною діяльністю підприємців, незадовільний стан доріг, недоліки в організації роботи ЦНАПів, труднощі з освоєнням бюджетних коштів через систему «Прозорро» тощо.

Принциповими інструментами взаємодії влади та бізнесу мають стати:

- залучення представників влади всіх рівнів, спілок підприємців до обговорення проблем підприємництва, розроблення пропозицій органами місцевого самоврядування для створення відповідного правового поля та локальних нормативно-правових актів щодо розвитку підприємництва (спеціальні режими оподаткування, фінансування та кредитування малого бізнесу, трудові відносини та соціальний захист підприємців та найманих працівників тощо), включення підприємців у нормотворчу діяльність;

- запровадження спеціальних режимів інвестиційної діяльності з метою стимулювання прискореного розвитку територій з унікальними перевагами;

- активна діяльність регіональних та місцевих органів влади щодо стимулювання малого та середнього бізнесу;

- налагодження ефективної та якісної діяльності центрів надання адміністративних послуг;

- прозорість діяльності влади та постійне інформування підприємців, щодо змін у законодавстві та прийнятих рішень на місцевому рівні;

- підбір кваліфікованих спеціалістів на роботу в органи місцевого самоврядування;

- спрощення процедури оформлення підприємницької діяльності і процесів, що супроводжують підприємницьку діяльність.

Е.В. Бойко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ТРЕНІНГОВА ПРАКТИКА ЯК ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ МОЛОДІ

Останнім часом в системі гуманітарних знань все більшої ваги набувають дослідження міждисциплінарного характеру. Особливе місце серед них займають ті, предмет яких знаходиться на межі психології, соціології особистості, соціального менеджменту та проектування. Й темі якості тренінгових практик з розвитку лідерських якостей молоді тут прикута увага не лише науковців, а й широких кіл громадськості.

Насьогодні в масовій свідомості тренінг – це будь-яке активне заняття, яке проводить психолог, або викладач, з групою людей.

Насправді, термін «тренінг» походить від англійського «to train», що означає «навчати, тренувати, дресирувати». За визначенням

Ігора Вачкова – це поняття може бути охарактеризовано як метод активного навчання, спрямований на розвиток знань, умінь, навичок і соціальних установок. Під час тренінгу створюється неформальне, невимушене спілкування, яке відкриває перед групою безліч варіантів розвитку та розв'язання проблеми, заради якої вона зібралася. Як правило, учасники в захваті від тренінгових методів, тому що ці методи роблять процес навчання цікавим та не обтяжливим [1, с. 224].

У сучасній літературі тренінгом називають досить різні варіанти групової роботи: особистісні перетворення дорослих, активне навчання студентів, організаційно-ділову гру на виробництві, розвиток самооцінки у школярів. Об'єднуючим ці варіанти діяльності та найбільш прийнятним можна навести визначення, запропоноване К.Л. Мілютіною: «Тренінг – це багатофункціональний метод цілеспрямованих змін психологічних феноменів людини, групи або організації з метою гармонізації професійного та особистісного буття людини» [3, с. 182]. Тому тренінг маємо розглядати як запланований процес, призначений надати або поновити знання та навички і перевірити ставлення до проблеми, ідеї, поведінки з метою їхньої зміни чи оновлення.

Простіше кажучи, тренінг це: ефективна форма педагогічного впливу для засвоєння знань; інструмент для формування умінь і навичок; спілкування в довірчій атмосфері і неформальній обстановці; форма розширення досвіду; пізнання себе і навколишнього світу; це форма групової роботи, яка забезпечує активну участь і творчу взаємодію учасників між собою і з викладачем.

Як майбутні повноправні громадяни, молодь потребує стимулюючої участі в соціальному житті для розвитку самоповаги та соціальної компетентності. В кожному закладі є формальний лідер – президент, командир, голова студентської ради, староста, тобто людина, яка стоїть попереду і відповідає не тільки за себе, але й за тих, кого вона поведе, відповідальна за справу, для якої вона опинилася попереду. Розуміння механізмів відносин у групі і натовпі, вміння подобатись і вести за собою – декому щедро дані від природи.

Лідерами не народжуються, лідерами стають. Лідерська обдарованість – це і володіння якоюсь цінністю, важливою для суспільства, і видатна здатність встановлювати конструктивні взаємовідносини з іншими, як з однолітками, так і з людьми старшого віку. Лідерство характеризується, перш за все, зверненням на людину і має безпосереднє відношення до механізмів людських стосунків. Воно полягає в умінні бачити і використовувати особливості

індивідуальності іншої людини, її особистісні і інтелектуальні ресурси. Одним з важливих навиків лідера є вміння спілкуватися. Геніями спілкування є люди, які володіють душевним спокоєм, почуттям гумору, непідробним інтересом до людей, артистизмом, позитивною енергетикою і вмінням при цьому провести агресивну атаку, сказати «ні» нікого при цьому не образивши.

Але є лідери за якими чомусь не йдуть. І це «чомусь» залишається для них загадкою, є причиною розчарувань в собі і своїх можливостях, не кажучи вже про втрату авторитету, про багато справ, які так і не відбулися, про нереалізовані задуми і «завалені» заходи. Більшість цих негараздів відбувались і відбуваються через те, що деякі обрані лідери просто не знають як вести за собою, як бути лідером [2, с. 464].

І тому постає питання, як молодій людині, яка має достатні навички, характер та вміння донести свою думку стати лідером. Тут нам на допомогу й приходить таке поняття як «тренінг». Аналізуючи досвід проведених власноруч тренінгів автор публікації прийшов до висновку про те, що без попередніх навичок, без бажання людини вести за собою, бути відповідальним не тільки за себе, а й за інших, особу неможливо перетворити в лідера. Проте, молодь, яка дійсно зацікавлена може й сама дечому навчити тренера.

Однією з методик розвитку лідерських якостей є «практична лекція».

На тренінгу ведучий обов'язково щось розповідає, але його невеликі лекції завжди містять підказки та інструкції, у них є практична модель дії. Практична теорія вчить діяти, вирішувати ті чи інші життєві завдання. Якщо вам розповідають цікаві речі, але не практичні, це не тренінг.

Друга особливість тренінгу – наявність тренування. Тренінг – це можливість самому спробувати те, що розповідає викладач, це освіта через практичний досвід. Лекція, сама по собі, набагато інформативніше тренінгу, однак те, що людина зробила сама, вона запам'ятовує набагато краще, ніж просто почує.

Відтак, тренінг як технологія розвитку особистісних якостей дедалі отримує більшої популярності серед студентської молоді, в тому числі й у м. Запоріжжя. Для його проведення, як правило, наймаються приміщення, відкриваються спеціальні центри «коворкінги», де в формальній та неформальній обстановці виступають молоді та досвідчені тренери. Ідея тренінгів буквально захопила активну молодь Запоріжжя. Тому є сподівання, що її стане

більше. Але, в той же час, значущості набуває питання компетентності та професіоналізму молодих тренерів, якості тренінгів, які подаються для освоєння активній молоді Запоріжжя. Саме це питання – питання наших майбутніх досліджень.

Література:

1. Вачков И.В. Основные технологии группового тренинга: научный сборник. – 2-е изд. – М.: Изд-во «Ось-89», 2003. – 224 с.
2. О' Коннор К. Теория и практика игровой психотерапии. – С.-Пб.: Питер, 2002. – 464 с.
3. Мілютіна К.Л. Теорія та практика психологічного тренінгу: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2004. – 192 с.

М.С. Запорощенко

Запорізький національний університет

РОЛЬОВИЙ КОНФЛІКТ ЯК ЧИННИК ЗНИЖЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ У СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Стрімкий розвиток сучасного суспільства потребує від керівника швидкої адаптації до нових вимог. Бути успішною – те, чого прагне кожна організація, тому так важливо визначити як впливають рольові конфлікти на її функціонування.

Рольові конфлікти дуже розповсюджене явище, вони зустрічаються майже у кожній організації.

Дослідженню рольових конфліктів присвячено багато наукових праць, зокрема з психології, соціології, менеджменту. Рольовий конфлікт це – одна з форм внутрішньо особистісного конфлікту, коли до однієї людини пред'являються суперечливі вимоги з приводу того, яким повинен бути результат його роботи [1, с. 370].

У рольових теоріях прийнято виділяти два типи конфліктів: міжрольові і внутрішньорольові [2]. До міжрольових відносять конфлікти, викликані тим, що індивіду одночасно доводиться виконувати дуже багато різних ролей і тому він не в змозі відповідати всім вимогам цих ролей, або тому, що для цього у нього немає достатньо часу і фізичних можливостей, або тому, що різні ролі пред'являють йому несумісні вимоги. У дослідженнях міжрольового конфлікту, викликаного надмірною кількістю ролей, які доводиться виконувати одній особі, слід відзначити роботу американського соціального психолога У.Е. Гуда «Теорія рольової напруженості» [3, с.

186].

Аналіз внутрішньорольового конфлікту також займає значне місце в соціологічних дослідженнях. Він виявляє, як правило, суперечливі вимоги, що пред'являються до носіїв однієї ролі різними соціальними групами. Класичним в даній області вважається дослідження М. Комаровської, яке було проведено серед студенток одного з американських коледжів. Результати дослідження показали суперечливість очікувань-вимог, що висуваються студенткам коледжу з боку батьків і студентів коледжу [4].

Причинами рольових конфліктів в організаціях за С.С. Фроловим [5, с. 67] можуть бути наступні:

- недостатня, слабка рольова підготовка;
- незадоволеність існуючим статусом;
- неприємні моменти, супутні виконанню працівником своєї ролі (монотонна, нервова, брудна робота);
- висування суперечливих вимог до результатів роботи, що викликає невизначеність рольових очікувань;
- несумісність вимог, що пред'являються з точки зору працівника;
- несумісність рольових вимог з потребами, установками і цінностями працівника.

При окремих обставинах виконання людиною певної ролі може бути ускладнене протиріччями, породжуваними роллю. Протиріччя може виникнути між керівництвом і працівником, якщо перший вважає, що він невірно виконує свою роль, або другий вважає, що йому висуваються необґрунтовані вимоги, претензії і звинувачення. Конфлікт з приводу виконання ролі може виникнути і тоді, коли очікування колег не відповідають діям члена організації. Часто це відбувається в ситуації, коли новий член організації виконує свою роль не так, як робив його попередник і до чого звикли оточуючі його колеги. Рольовий протиріччя може виникнути, якщо цілі члена організації суперечать цілям організації, якщо його цінності не відповідають цінностям групи, в якій він працює, і т.п.

Рольова напруга і рольовий конфлікт являють серйозну соціальну і психологічну проблему [5, с. 68]. Часто внутрішні протиріччя співробітників і конфлікти впливають негативно на їх міжособистісні відносини з колегами. Бувають випадки, коли рольові конфлікти не усвідомлюються ними і тоді вони приносять неприємності без видимих причин. Наприклад, внаслідок внутрішнього конфлікту у людини починає проявлятися агресія,

бажання принизити оточуючих. Це призводить до зіткнень з його скривдженими колегами.

Таким чином, рольовий конфлікт в організації негативно впливає на задоволення від роботи і на три складові відповідної реакції: когнітивні відносини, афективні відносини, поведінкові тенденції. До основних негативних наслідків рольового конфлікту можна віднести: невротизація особистості керівного працівника, зниження виробничої і соціальної ефективності діяльності, рання інвалідизація, схильність психосоматичних захворювань, психічне вигорання, незадоволеність життям, роботою, низький рівень самоповаги, пригнічений стан, низький рівень праці.

Література:

1. Мескон М., Альберт, М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Изд-во «Дело», 1997. – 704 с.
2. Merton R.K. The Role-Set: Problems in Sociological Theory // The British Journal of Sociology. – 1957. – Vol. 8, № 2. – P. 106-120.
3. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 287 с.
4. Komarovsky M. Women in the Modern World. Their Education and their Dilemmas. – Boston: Little, Brown & C, 1953. – xv, 319 p.
5. Фролов С.С. Социология: Учебник. – 3-е изд., доп. – М.: Гардарики, 2004. – 344 с.

А.Р. Захаренко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара **КАТЕГОРІЯ «ФАНТАСТИЧНОГО» ТА ЇЇ СОЦІОЛОГІЧНІ** **ІМПЛІКАЦІЇ**

Сучасне соціологічне знання тлумачить категорію «фантастичне» у розрізі співвідношення понять «реальне» / «нереальне». Основний критерій – об'єктивна дійсність, що дає змогу виявляти приналежність того чи іншого явища до реального світу або такого, що сконструйований суспільними групами. Зазначаємо, що фантастика виходить за межі мистецтва у постмодерному суспільстві та культурі загалом. Наука розглядає фантастику як соціокультурний феномен, в якому задіяно безліч областей сучасної культури. Розвиток та становлення «фантастичного» дискурсу в працях західних теоретиків говорить про відсутність ґрунтовних та вузькоспеціальних

досліджень на дану тематику. У науковому колі ведемо мову про фантастичне та дослідження фантастичної літератури з позицій їх впливу на суспільство.

Британський дослідник жанру критичного реалізму кінця ХІХ – початку ХХ століття Герберт Веллс писав про фантастику як деяку умоглядну соціологію: «Соціологія не може бути ні просто мистецтвом, ні наукою у вузькому сенсі цього слова, вона є зібранням знань, що подаються у вигаданій формі із присутністю особистого елемента. Інакше кажучи, це література у найбільш піднесеному сенсі даного поняття». Він наполягав на створенні та критиці утопій як такої літературної форми, в яку найкраще могла бути одягнена «гарна соціологічна праця» [1].

Аналізуючи «фантастичне» з точки зору екзистенціалізму, слід звернутись до поглядів французького філософа та дослідника Ж.-П. Сартра та його основних ідей. Він веде мову про те, що фантастичний образ, на відміну від реального об'єкта, що даний у сприйнятті «первинної» дійсності, – це завжди синкретичний акт, у якому «репрезентативний елемент і елемент знання» з'єднуються в єдине ціле, що має свою особливу та неповторну інтенцію. Фантастичне в цьому сенсі – це двояка візуалізація об'єкту: «ззовні, тому що ми його спостерігаємо; зсередини, оскільки це в ньому ми сприймаємо те, що він собою являє... Із феноменологічної точки зору фантастика є ні чим іншим, як візуальним сенсом, який візуально постулюється» [2, с. 63-65].

Французький філософ та семіотик Цветан Тодоров, у свою чергу, має власну думку щодо фантастичного та його ролі в суспільному бутті. Так, він вважає, що якщо реалізація побутових закономірностей породжує звичайне оповідання, а розрив зі світом щоденного досвіду – категорію чудесного, то «фантастичне є коливанням, яке випробовується людиною, що визнає лише природні закони, при зіткненні з надприродним» [3, р. 29-35]. Фантастичне визначається не скільки як характеристика творів, скільки як безпосереднє сприйняття. Дослідник приходить до логічного висновку, що «фантастичне визначається нами як особливе сприйняття незвичайних подій... в основі визначення фантастичного лежить категорія реального» [4, с. 356-360].

Радянська соціологічна наука зосереджувала увагу на семіотичній інтерпретації суспільних явищ. І фантастичне в цьому сенсі – яскравий тому приклад. Так, радянський соціолог, культуролог та семіотик Ю.М. Лотман веде мову про те, що фантастика – це перш

за все різновид художнього пізнання життя, «найбільш елементарний випадок перерозподілу» явищ навколишньої дійсності з метою «дешифрування» їхнього змісту: «явище реального світу постає в несподіваних, заборонених побутовою практикою поєднаннях або в такій перспективі, яка розкриває приховані сторони його внутрішньої сутності» [5, с. 200].

Із семіотичної точки зору тлумачаться наукові погляди радянського філософа П.В. Таванця. Фантастика, на його авторську думку, реалізується в тексті як порушення прийнятої в ньому норми умовності. Можна говорити про двоступеневу модель: один опис задає «нормальне» відображення, а інший – його порушення в системі фантастичного сюжету [6, с. 112-113].

Соціолог та перекладач Б. Дубін має свою думку із приводу природи та ролі фантастичного в суспільстві. Він вважає, що соціально-філософська фантастика виступає обговоренням того чи іншого привабливого соціального устрою, шляхів і наслідків досягнення цього ідеалу [7, с. 156-158].

Таким чином, фантастичне в основному виникає завдяки здатності людини до різноманітних трансформацій та синтезу образів навколишнього світу. Сучасна наука поступово вбирає в себе конкретні та ґрунтовні знання щодо природи та ролі фантастичного в сучасному суспільстві – як в західному, так і у вітчизняному дискурсі. Це виводить на перший план важливість формування наукових істин у контексті розгляду явища фантастичного та його соціокультурної детермінації.

Література:

1. Араб-Оглы Э.А. «Конец вечности» – роман-предостережение // Библиотека научной фантастики в 15 т. – М.: Молодая гвардия, 1966. – Т. 9. – 256 с.
2. Сартр Ж.-П. Воображаемое: феноменологическая психология воображения / пер. с фр. М.И. Бекетова. – С.-Пб.: Наука, 2001. – 318 с.
3. Todorov T. Introduction a la littérature fantastique. – Paris: Editions du Seuil, 1970. – 192 p.
4. Тодоров Ц. Понятие литературы / пер. с фр. Г.К. Косикова // Семиотика: Антология / сост. Ю.С. Степанов. – М.: Прогресс, 1983. – С. 355-369.
5. Лотман Ю.М. О принципах художественной фантастики // История и типология русской культуры. – С.-Пб.: Искусство, 2002. – С. 281-287.
6. Таванец П.В. Логическая структура научного знания. – М.: Наука,

1965. – 348 с.

7. Дубин Б. Классика, после и рядом: Социологические очерки о литературе и культуре. Сб. статей. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 345 с.

О.О. Левченко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЕКОМОДА В ЖИТТЄВИХ ПРАКТИКАХ СУЧАСНОГО ІНДИВІДА

Процеси глобалізації, нарощування темпів виробництва, збільшення соціальних ризиків, які викликані, в тому числі, екологічними проблемами, актуалізували проблему стану природного і соціального середовища, кризовий стан якої набув системного характеру. Безсумнівно, це впливає на безпосередню життєдіяльність людини. Одне з пріоритетних завдань, що стоїть перед людиною – збереження свого здоров'я. Актуальність даної проблеми досягла такого рівня, що її рішення лежить не тільки в рамках охорони здоров'я, а й є першорядною проблемою для багатьох інших інститутів. Нарощування темпів виробництва тягне за собою все більш важке навантаження на навколишнє середовище, а законодавчі нормативи виявляються недостатніми для регулювання такого навантаження. Тут на допомогу приходять інші інструменти стимулювання до розвитку екологічної культури. Дані інструменти роблять упор на заклопотаність людей якістю свого життєвого середовища, і товарів, які вони споживають.

У результаті трансформацій, що відбуваються у суспільстві, екологічні тренди починають актуалізуватися, через дії чинників, які обумовлюють цей процес. Серед яких, індивідуалізація суспільства, і як наслідок поява «нового індивідуалізму», індивідуалістичних цінностей, в результаті чого турбота про «власне Я» – здоров'я, тілесної привабливості, повноцінної емоційної, фізичної, фізіологічної стороні життя виходить у індивіда на перший план. Тим самим актуалізується «екологічний код», шляхом здійснення екологічних практик, таких як: правильне харчування, вживання екологічно чистої їжі, використання екологічно чистого одягу, меблів, косметики, а також ведення здорового способу життя та заняття спортом. «Екологічний код» – це метафора, яка покликана звернути увагу на присутність в самих різних сферах громадського та приватного життя екологічної семантики – знаків, символів, образів, понять, що вказують

на взаємозв'язок людини і природи. Перехід до постматеріалістичних цінностей також активізує інтерес до «екологічного», починаючи з того, що сам перехід до даних цінностей вже має на увазі високу якість життя, а все екологічне, безсумнівно, володіє більш високою якістю і більш корисними характеристиками. Також на актуалізацію «екологічного коду» впливає виникнення суспільства споживання і демонстративного споживання, де у покупця, внаслідок можливості широкого вибору, постійно до виробника зростають вимоги до якості таких товарів як продукти харчування, одяг. А націнка на товари, внаслідок їх екологічності, тягне за собою відповідні статусні характеристики, що є невід'ємною рисою демонстративного споживання. Глобалізація накладає свій певний відбиток на функціонування «екологічного коду» тим, що «екологічний код» починає актуалізуватися як необхідність збереження не тільки свого організму, але і природи в цілому. Перехід соціуму до стану суспільства ризику робить свій вплив на актуалізацію «екологічного коду» тим, що екологічні ризики проникають і впливають на такі сфери соціального життя, як споживання всіляких товарів, у тому числі продуктів харчування, а також зростаюча тенденція підтримки фігури у формі. Специфіка «політики життя» орієнтує індивіда на екологічну проблематику, яка може заявляти про себе як в формі соціальних рухів за збереження природи в цілому і формування глобальної екологічної культури, так і в формі самореалізації та самопрезентації «Я».

Впровадження «екологічного коду» в політику життя можна пояснити через концепцію біовлади. Біовлада повністю контролює життя суб'єкта, формує його бажання. Мода, як і біовлада, формує бажання, які підкріплені мотивом наслідування. У загальному плані, мода являє собою наслідування зразком і задовольняє потребу в соціальній опорі, призводить окрему людину на колію, по якій ідуть усі. Однак, вона в такій же мірі задовольняє потребу в відмінності, тенденцію до зміни, до виділення із загальної маси. Тим самим мода – є не що інше, як одна з форм життя. Мода в цьому випадку, точніше – екомоди, виступає формою реалізації біовлади. Так, наприклад, біовлада формує поняття сексуальності, параметри краси, здоров'я і, що найголовніше, пропонує нормативні способи досягнення цих параметрів. Одним з таких способів є, зокрема, дотримання екомоди.

Визначаючи прояви екомоди в життєвих практиках сучасного індивіда, автором було проведено ілюстративне дослідження методом опитування, де респондентами були жителі м. Дніпра старше 16 років,

які були відібрані за квотною вибіркою. Для ілюстративного дослідження вибіркова сукупність складала 100 чоловік. У нашому дослідженні ми зафіксували яким саме чином, і через які практики проявляється «екологічний код» в сучасних соціокультурних реаліях. Так, ми визначили, що основною стратегією освоєння екологічного стилю в умовах українського соціуму, є культурне інсценування, причому в молодіжній когорті, дана стратегія виражена більшою мірою. Так, в якості презентаційних маркерів екостилю для молоді, значущими є «сексуальність», «краса», «модність». Іншими словами, молоді люди прагнуть інсценувати причетність до цієї культурної форми, шляхом образної презентації екологічного коду.

При цьому у більш «вікової» когорти мотиви споживання екотоваров мають більш когнітивний, ніж експресивний характер, що дозволяє говорити про формування стійкого інтересу до даної культурної форми. В цьому випадку мотивами виступають здоров'я, якість продуктів, стан навколишнього середовища. Тоді як мотиви, які демонструють бажання відповідати модним тенденціям, демонструвати свій соціальний статус, власне ті маркери, які вказують на культурне інсценування, виражені не так явно.

Слідуючи з вищесказаного, ми визначили чинники актуалізації екологічних трендів в сучасному суспільстві, охарактеризували виникнення моди на екостиль, позначили функціональне призначення екомоди, а також визначили форми прояву «екологічного коду» в умовах актуальної соціокультурної ситуації.

Література:

1. Маршак А.Л. Глобальная экологическая культура общества как фактор формирования социальной толерантности // Общество и право. – 2003. – № 1. – С. 19-24.
2. Яцино М. Культура индивидуализма. – Х.: Гуманитарный центр, 2012. – 280 с.
3. Ильин В.И. Общество потребления как форма капиталистического развития // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. – М.: Институт социологии РАН, 2008. – С. 34-41.
4. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 287 с.
5. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. – М.: Касталь, 1996. – 448 с.
6. Ионин Л.Г. Социология культуры: учеб. пособие для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. – 427 с.

О.С. Максименко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ДІМ У ПРОБЛЕМНОМУ ПОЛІ СУЧАСНОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

Дім – це здебільшого місце відпочинку і спілкування з близькими людьми. Тому внутрішня обстановка приміщення, в якому людина проводить значну частину свого життя, дуже важлива для її душевного та емоційного стану. У побуті людина вільна у виборі, вона може сама формувати своє речове оточення, погодившись зі своїми власними смаками, схильностями, звичками. Але окрім особистих бажань існують і загальні тенденції організації житла, пов'язані з часом і соціальними змінами, що відбуваються. Кожен період історії характеризується певними естетичними нормами часу, модою, традиціями, деякими побутовими практиками і практиками оформлення навколишнього простору. Українське суспільство зазнало протягом 1990-х рр. швидку і глибоку трансформацію, що відбилася на усіх сферах життя людей, їх свідомості і поведінці. Із зміною суспільного устрою неминуче міняються і цінності речей, і практики здійснення різних видів діяльності. Зміна структурних умов, що сталася з радянського часу, супроводжується трансформацією практик, які мають відношення до перетворення житлового простору. При зміні структурних умов трансформується і свідомість особистості, що проявляється в зміні цінностей, зміні звичного способу життя. Поява нових товарів відкриває масу можливостей для експериментування у власному помешканні. У контексті вдосконалення дому в суспільстві утворюється пласт певних норм і цінностей, якими людина керується протягом усього життя, задовольняючи свою потребу в житлі; окрім цього, житло стає частиною соціальних цінностей. Процес задоволення людиною своєї потреби в житлі заслуговує на спеціальне дослідження, оскільки дозволяє внести вклад до розвитку соціальної теорій і здатний запропонувати аргументацію виникнення проблем в освоєнні людиною тих або інших житлових норм і цінностей, її житлового статусу.

Житло визначає умови, рівень і спосіб життя людей. О.Б. Хохлов, підкреслюючи життєву необхідність житла для людини, виділяє ряд функцій житла, головною з яких є використання житла як блага, оскільки воно дозволяє задовольняти основні вітальні потреби людини [6, с. 13-16]. Разом з цим житло виконує функцію товару, де

житло виступає як об'єкт продажу або обміну. Іншою функцією житла виступає його комерційне використання, зокрема надання житла в оренду, де ця функція об'єднує в собі функції використання житла як блага і товару одночасно. Іншими словами, О.Б. Хохлову вдалося визначити біологічну і економічну функції житла. Біологічна функція, що дозволяє підтримувати життєдіяльність людини, також підкреслюється О.В. Котовою і Т.Ю. Овсянніковою [5, с. 244]. У той же час вони пояснюють зміст соціальних функцій житла, звертаючи увагу на здатність житлового середовища впливати на поведінку людини і регулювати її, виконувати функції механізму передачі культурних норм, виступати мотивацією тієї або іншої поведінки, виражати і регулювати міжособові стосунки, служити соціальним ідентифікатором, означаючи смаки і звички, ціннісні орієнтації, соціальний статус і інші риси власника або мешканця [5, с. 245]. З урахуванням того, що житло є частиною техносфери, дослідниками також виділені технічні функції житла, що забезпечують комфортне місце існування людини за рахунок систем енерго- і водопостачання, кондиціонування. В умовах стрімкого розвитку високих технологій біологічні і соціальні функції житла отримують новий зміст, оскільки «hi-tech» полегшує основні процеси життєдіяльності, вивільняючи час для творчості і розвитку здібностей, «притулок», оснащений сучасними системами безпеки, стає ще надійнішим, потреба в спілкуванні і самовираженні завдяки Всесвітній павутині не обмежена стінами житла» [5, с. 246].

При подальшому аналізі функцій житла (house) актуальною стає потреба досліджень дому (home). В деяких випадках ці два поняття є взаємозв'язаними і дещо синонімічними поняттями. Будинок може бути представлений як соціальна точка в системі координат осілого людства і включати такі категорії, як власність, шлюб, сім'я і тому подібне. Буденне розуміння житла спирається на представлення його як об'єкту матеріально-речового середовища, будівлі або будови, що в англійській мові найчіткіше передається словами «housing» і «house». У той же час нарівні з житлом досить часто використовується поняття дому (home). В окремих випадках ці поняття синонімічні, але за ситуації, коли вимагається виразити причетність до чогось більшого, що виходить за рамки матеріально-технічних конструкцій, в українській мові найбільшого поширення набувають вирази із словом «дім», а не «житло» (наприклад, «Земля – наш спільний дім» і т.п.). Виходить, що дім є чимось більшим, ніж просто результат матеріального виробництва людини або умова її існування, він може

включати у свій зміст різні фрагменти географічного і соціального простору.

З дослідження С.В. Клімової щодо архетипічних функцій дому варто відмітити сенсоутворюючу функцію, що задає ракурс бачення соціальної реальності, культурну призму, крізь яку здійснюється сприйняття навколишньої дійсності. С.В. Клімова пояснює, що висока культура освоєння простору виступає фундаментальною стратегією соціуму [4].

В.П. Козирьков указує, що «з соціологічної точки зору, дім виражений соціальними інститутами, які в їх сукупності представляють публічні сторони домашньої структури: домашнє господарство, побут, шлюбно-сімейні стосунки, сімейні традиції та ін.» [4, с. 307]. У його роботах підкреслюється значущість дому як чинника в розвитку соціальних процесів і культури суспільства. В *індивідуально-ностальгічній моделі* дому В.П. Козирькова дім є вираженням «внутрішнього затишку» і ототожнюється з усією сферою приватного життя [3, с. 220]. Панування публічної сфери над приватною знаходить своє віддзеркалення в *публізованій моделі* дому, що описує вплив громадських інститутів і держави на порядок доступу до житла, правила експлуатації житла і процедури плати за проживання, використання житлово-комунальних послуг [3, с. 221]. *Органічна модель* розглядає будинок як екологічну нішу, в якій проєктуються біотичний і духовний зміст людини і її природного оточення [3, с. 222]. Специфіка стосунків між чоловіками і жінками усередині і зовні дома, їх зв'язок з житлом розкривається у рамках *гендерної моделі*. З представлених моделей виходить розширене розуміння дому, обґрунтовується універсальний взаємозв'язок дому з усім соціокультурним простором людини, екологією і географією.

Ф. Бродель як генеральну тезу проводить ідею про високе значення географічного положення, клімату, наявності початкових ресурсів, цілей споживання (розкіш або необхідність), місця проживання (місто або село) в історії становлення матеріальних цивілізацій [1]. Географічний чинник взаємодії людини з навколишнім світом може бути розглянутий як в групі макрочинників, так і в групі мезофакторів соціалізації. Макрочинники включають приналежність до етносу, держави, а мезофактори описують умови соціалізації по місцевості, усередині поселення, які нерозривно пов'язані з географічними характеристиками середовища становлення людини. Розвиваючи

дану логіку, можна припустити, що житло, у такому разі, відноситиметься до групи мікрочинників, що визначають безпосередні умови становлення людини. Дім виступає не просто середовищем становлення людини, але одночасно служить інструментом соціалізації. Архітектурні та інженерно-технічні особливості житлових будов задають основу формування правил його експлуатації, культурні норми і цінності породжують особливі стосунки (сенси) до окремих частин житлового простору, специфіка організації житлового простору (кількість дверей, наявність стін або їх відсутність, наявність предметів побуту) обумовлює побудову комунікації серед людей, що використовують житло.

У результаті аналізу основних напрямів інтерпретації житла і дома стає очевидним, що ці поняття синтезуються, вбирають в себе не лише характеристики матеріально-речової природи, але і структури соціального порядку.

Отже, дім задає широкий спектр формування соціальних норм і правил поведінки. Ці норми і правила залежатимуть як від культурно-історичного контексту, так і від матеріально-технічної основи розвитку суспільства. Таким чином, виникають передумови для актуалізації вивчення процесу формування соціального досвіду по задоволенню потреби в житлі та сприйняття житлового простору в якості дому.

Література:

1. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. XV–XVIII вв. – Т. 1. Время мира. – М.: Прогресс, 1986. – 624 с.
2. Климова С.В. Социально-философские аспекты анализа архетипических функций дома // Web-кафедра философской антропологии. – Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/text/klimova-sv/socialno-filosofskie-aspekty-analiza-arhetipicheskikh-funkciy-doma>.
3. Козырьков В.П. Социокультурные модели дома // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер.: Социальные науки. – 2006. – № 1. – С. 219-227.
4. Козырьков В.П. Теоретические проблемы становления социологии дома // Личность. Культура. Общество. – 2009. – № 1. – С. 301-309.
5. Овсянникова Т.Ю., Котова О.В. Жилище в системе личных и общественных ценностей // Вестник Томского гос. архитектурно-строительного ун-ту. – 2004. – № 1. – С. 241-251.
6. Хохлов О.Б. Оценка эффективности проектов и программ реновации жилищного фонда: дисс. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – Томск, 2006. – 189 с.

В.О. Маренюк

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

РЕКЛАМА ЯК ПРОСТІР РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ЖІНКИ В КОНТЕКСТІ АКТУАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО КОДУ

Модус змін сучасного суспільства знаходить своє відтворення в візуальній репрезентації типових жіночих образах, (ре)транслятором котрих є засоби масової комунікації, особливе значення серед яких посідає реклама. Реклама проникає в усі сфери суспільства та в наш час активно впливає на його соціальні інститути, здійснюючи при цьому значний вплив на соціальну поведінку людей [1, с. 172]. Це призводить до того, що реклама в сучасному суспільстві не просто виконує інформативну функцію, а сугестивно впливає на нього, репрезентуючи актуальний візуальний образ жінки. Традиційно реклама покликана надати інформацію про товар, який з'явився на ринку, привертаючи уваги споживача новими можливостями продукту, при цьому латентно позиціонування гендера виконує функцію формування актуальних типажів жіночих образів. Тобто, ми говоримо про те, що в рекламі, з одного боку, знаходить об'єктивацію актуальний соціокультурний код, що опосередковано впливає на процеси ідентифікації та самореалізації жінки.

Реклама постійно пропонує жінці безліч варіантів різноманітних ідентичностей, що ускладнює процес ототожнювання жінки із власним оточенням та існуючими реаліями. Внаслідок цього, сучасна жінка формується як «мозаїчна» особистість, яка ввібрала в себе різні моделі поведінки та цінності. Причиною цього є те, що реклама застосовує механізм маніпулювання та нав'язування, конструюючи ідеальних, з погляду культури масового споживання, жінок. Реклама «продає» ідеальний жіночий образ і пропонує методи як стати ідеальною – якщо раніше образ жінки в цьому просторі був зображений як традиційний образ домогосподарки, турботливої дружини та матері, то сьогодні більшість рекламних роликів репрезентує жінку, яка прагне перш за все зберегти свою молодість, красу, зовнішню привабливість. Рекламна комунікація намагається привити звичку бути доглянутою, а отже, молодою та красивою жінкою [3, с. 113]. Привабливість та молодість в рекламному просторі розглядається як досяжний ідеал, якого може досягнути кожна жінка.

Проте існує і проблема репрезентації жіночого образу. Через

те, що жінку зображують молодою, красивою та вільною, призводить до того, що жіноче тіло в рекламі служить каталізатором продажів, стимулятором бажання до його придбання. Жінка, таким чином перетворюється на предмет сексуальної експлуатації, служить для чоловіків закликком до того, що вони повинні володіти рекламованим товаром, придбати символ володіння того жіночого тіла, що брало участь в рекламному просторі. Саме тому феміністська критика найчастіше спрямована проти телереклами. Таким чином, відбувається знеособлення жінки, перетворення її в товар, обмеження її соціальної активності та самореалізації. Рекламний простір для успішних продажів та запам'ятовування конструює ідеальний образ жінки, її поведінку, цінності за допомогою соціальних стереотипів та упереджень [4]. Так, стереотипний канон жінки, на думку О. Кись, включає інтуїцію, емоційність, тілесну красу, сексуальну чуттєвість, молодість [2].

Таким чином, рекламний простір репрезентує жінку як гарну, молоду, доглянуту, демонструючи, що саме це є шляхом для досягнення успіху та визнання, але, з іншого боку, це призводить до того, що жінка постійно прагне досягти сконструйованого ідеалу і в той же час перетворюється на об'єкт сексуальної експлуатації. Тобто, ми говоримо про те, що на підсвідомому рівні реклама через символи, знаки, індикатори в нашому життєвому просторі формує домінуючу модель поведінки, шкалу цінностей та актуальний візуальний образ жінки.

Література:

1. Грошев И.В. Рекламные технологии гендера // Общественные науки и современность. – 2000. – № 4. – С. 172-187.
2. Кись О.Р. Осторожно: сексизм // Зеркало недели. – 2008. – № 21.
3. Мацьшина И.В. Женский образ в телевизионной рекламе (опыт визуального) // Диалог: Медіа-студії: зб. наук. праць. – Одеса, 2012. – Вип. 14. – С. 81-90.
4. Мирошниченко Г.А. Образ современной женщины в рекламе // Филологические науки. Вопросы теории и практики – 2013. – № 8 – С. 113-116.

О.С. Михлик

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

АКСІОЛОГІЧНИЙ ВИМІР ТРУДОВИХ ПРАКТИК СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Формування цінностей кожної людини залежить від багатьох факторів: соціального положення, віку, виду діяльності, ідеологічних поглядів. У складній системі загальнолюдських цінностей чільне місце посідають трудові цінності. Вони є найменшим цілісним елементом мотиваційної сфери трудової діяльності людини, отриманий внаслідок її послідовного структурування.

У зв'язку з прискоренням суспільного розвитку та зміною ідеологічних засад функціонування пострадянського суспільства зростає актуальність вивчення ціннісних орієнтацій та життєвих позицій найбільш динамічних груп суспільства. Серед таких прошарків цікаво дослідити трудові цінності молоді

У процесі трудової соціалізації молоді формуються мотиваційні установки, що визначають її ставлення до праці крізь призму мотивації праці. Мотивація трудової діяльності визначається сукупністю впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, які спонукають індивіда, соціальну групу до діяльності і які надають цій діяльності певну векторність, цільову установку. Мотивація трудової діяльності задається конкретним набором трудових цінностей, які надовго визначають характер трудової діяльності.

Процес формування трудових цінностей триває протягом тривалого періоду, початковим етапом якого є засвоєння базових цінностей в сім'ї, в процесі первинної трудової соціалізації. Необхідно відмітити, що багато соціальних проблем молодих людей кореняться в їх неготовності і в недостатності економіко-правових умов для успішної трудової соціалізації. Загальний стан невпевненості в завтрашньому дні, відсутність чітких життєвих орієнтирів підштовхує молодь до вибору ризикових форм поведінки, аж до девіантних.

У випадку розбіжностей між особою системою цінностей та цінностями і нормами конкретної професії, зумовлюється висока дослідницька увагу до процесу інтеграції молоді. У сфері трудової діяльності така інтеграція сприяє формуванню двох стратегій поведінки: з одного боку, це визначений зарубіжною дослідницею О. Горшковою «особливий тип поведінки соціального суб'єкта, пов'язаний з мінімізацією зусиль для досягнення заздалегідь фіксованого і не пов'язаного з цими зусиллями обсягу та якості

винагороди за участь у діяльності різних виробничо-економічних інститутів». З іншого боку – досягнення бажаного обсягу винагороди без ключової уваги до обсягу зусиль, що витратимуться у процесі його досягнення. При цьому перша стратегія не гарантує навіть елементарного соціально-економічного виживання, друга – зумовлює виникнення соціальної самоізоляції. Як слушно зазначає автор, поступово «склався стереотип, відповідно до якого молодь у суспільстві розглядається як дешевий і незрілий ресурс» [4, с. 54].

На сучасному ринку праці сформувалося уявлення про стандарт зайнятості – це зайнятість у одного і того ж роботодавця на постійній основі, на повний робочий день. Це, в свою чергу, забезпечує не тільки постійне робоче місце, але і гарантований дохід для працівника. Однак в останні десятиліття поряд з постійною зайнятістю все більше стали з'являтися різні форми не типової зайнятості, куди в основному втягнута найбільш вразлива соціально – демографічна група населення – молодь. Всі ці труднощі, з якими доводиться стикатися майбутнім спеціалістам, тягнуть за собою поступове формування нової ієрархії трудових цінностей і моделей трудової поведінки [2, с. 182].

Такі відомі нехитрі ідеї-принципи – «особистий успіх за будь-яку ціну», «гроші не пахнуть», «соромно бути бідним» – стали визначати суспільну поведінку молоді. А продуктивна праця втратила не лише матеріальний, але й символічний статус, ціннісну значимість в їх очах. Матеріальний добробут став цінуватися вище за свободу, а грошовий вимір – превалює над цінністю цікавої роботи. За влучним висловом М. Лернера, має місце така деградація самої ідеї праці, яка «знаменує відступ на другий план всіх стимулів до праці, окрім грошей» [3, с. 159].

Із розвитком суспільства все більше посилюються такі тривожні тенденції самовизначення молоді стосовно праці, як підрив престижу сумлінної праці, чесності, колективізму, роботи на благо суспільства. Замість цього виникають орієнтація на цінності індивідуального успіху і матеріального благополуччя та відсутність у свідомості юнацтва чіткої залежності між працею і зароблянням грошей. Домінуючими в системі цінностей сучасної молоді виступають гроші та засоби їх отримання й витрат: освіта та професія (але не праця), ділова кар'єра з одного боку, можливість споживати та жити в своє задоволення – з іншого.

У сучасному суспільстві фіксуються ті тенденції, які ще на початку 2000-х років у своїй роботі «Індивідуалізоване суспільство»

описував Зігмунд Бауман.

Він писав про те, що праця епохи модерна та праця в постмодерністському типі суспільства суттєво відрізняється, при цьому відмінності стосуються не лише самого процесу праці, але й відношення людини до праці. На думку вченого, основою цих відмінностей стають зміни в ціннісних установках і орієнтаціях особистості. У суспільстві модерну здійснення трудової діяльності відбувається в межах однієї професії, яка є джерелом доходів і ідентифікації. Що ж стосується суспільства постмодерну, мова йде про масовий перехід до праці по декілька годин на тиждень, до короткострокових проєктів і контрактів або взагалі без обговорення гарантій. Зайнятість стає дестандартизованою, актуальною є множинність джерел заробітку [1, с. 17].

Як висновок можна сказати, що у сучасному українському суспільстві відбувається витіснення базових, традиційних для національної культури трудових цінностей (праці, колективізму, відповідальності), замість цього впроваджуються прагматичні настанови на отримання доходу без наполегливої праці та без врахування інтересів соціуму.

Література:

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
2. Григорова Я.В. Трансформация труда в современном обществе. Новые формы угнетения // Вестник Пермского нац. исслед. политехнического ун-та. Сер.: Культура. История. Философия. Право. – 2012. – № 5 (40). – С. 34-39.
3. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи: [Монографія] / [С.І. Бандур, Т.А. Заяць, В.І. Куценко та ін.]; за заг. ред. Б.М. Данилишина. – 2-ге вид. доповн. і переробл. – Черкаси: Брама-Україна, 2006. – 348 с.
4. Шапошникова І.В. Зміни цінностей студентської молоді в умовах українських реалій // Грані. – 2015. – № 5. – С. 53-57.

К.А. Пігур

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОБРАЗ ЛІДЕРСТВА В СУСПІЛЬНІЙ СВІДОМОСТІ МЕШКАНЦІВ М. ДНІПРО

Вивчаючи лідерство в соціологічному контексті, необхідно відзначити, що соціологія – це наука про суспільство, соціальних спільнот і громадських відносинах. Саме відносини виступають системоутворюючим фактором у формуванні лідерства. Таким чином, лідерство є найважливішою соціологічною категорією, причому в його трактуванні з точки зору соціології є ряд особливостей. Так, дефініція «лідерство» означає як лідируюче положення особистості в соціумі, так і чільне місце соціальної групи або політичної партії, трудового колективу або спортивної команди, компанії або держави. Соціологічний підхід до визначення лідерства полягає у вивченні природи влади у її найвищому ієрархічному втіленні та трансформації у суспільстві (М. Вебер, Дж. Коулман, С. Хеммен, Г. Лебон) [1].

Радянська спадщина сформувала культурні передумови до певного типу лідерства – авторитарного і харизматичного. Якщо говорити про такий тип лідерства як «неформальний», який також був притаманний в СРСР і з'явився в епоху «брежневського застою», тобто при тій самій соціальній стабільності, коли не потрібно суспільству жити «на голках» під тиском жорсткого авторитарного лідера. В сучасній Україні на рівні державної ідеології відмовилися від колективістських цінностей соціалізму, але так і не змогли виробити гідну ціннісну альтернативу [2].

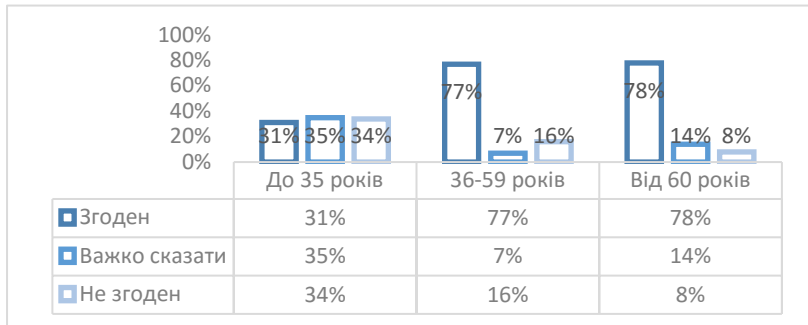
Для анкетного опитування була використана квотна вибірка (сукупність вибірки, що здійснюється квотами від кожної певної групи населення). В якості респондентів виступили жителі міста Дніпро у віці від 18 років. Генеральна сукупність становила 855 473 осіб, з них чоловіків – 379 020 осіб, жінок – 476 453. Вибіркова сукупність – 384 осіб.

Наше власне дослідження було проведене задля фіксування певного типу лідерства в українському суспільстві та зафіксувати певні особливості сприйняття лідера в українському суспільстві. Результати опитування показали, що останнім часом в світі все більшої популярності набирає «культ сильних лідерів», яким достатньо взяти ситуацію під свій контроль і бути патронажем для народу. Так, у сумарному значенні 58% опитаних респондентів

вважають, що для нашої країни декілька сильних лідерів можуть зробити більше, ніж всі писані закони. Це може говорити про те, що в Україні ж, як в пострадянській державі, все ще спостерігається віра в лідера як в людині, який вирішує всі проблеми в державі. І образ лідерства в сучасному українському суспільстві все ж таки базується на патерналістських засадах, як це було до руйнування СРСР.

На наш погляд, саме стан ідеологічного дефіциту сьогодні виявляється найбільш відчутним на рівні масової свідомості, породжує стан знеособленості, а точніше, безликістю сьогодення часу (відсутність фундаментальних особистостей в сьогоденні, впізнаваного обличчя пророка, ідеолога), як би підводить ризику під колишньою епохою «великих людей» і «великих потрясінь» (див. рис. 1).

Рис. 1. Відношення до ефективності лідера у процесах розбудови країни у вікових групах

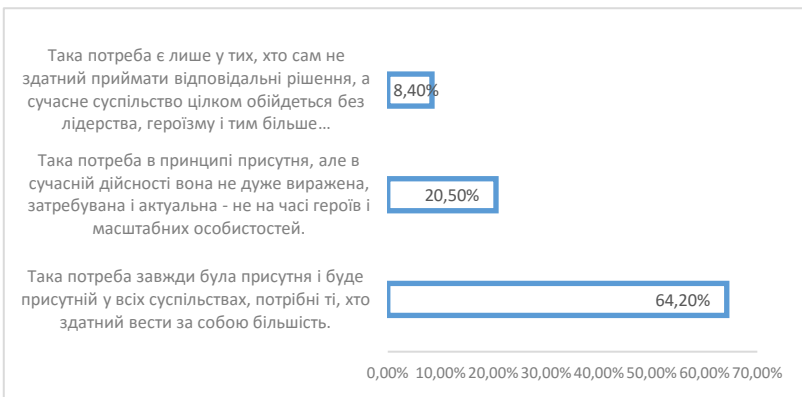


Покоління, які ностальгують за СРСР, ще довго буде впливати на появі нових лідерів, як в політиці так і в повсякденному житті, і це знаходить відображення в наступному, що чим старше покоління, тим більше вони потребують сильного лідера. Так, доросле покоління від 36 до 59 років на 77% і люди похилого віку на 75% згодні, що лідери більш авторитетні для країни, чим усі писані закони. Це не дивно, бо доросле покоління застали еру одіозних радянських лідерів як Хрущов та Брежньєв, котрі користувалися авторитарністю у владі та у населення. А покоління похилого віку ще й Сталіна застала.

При аналізі можливих сценаріїв ціннісного самовизначення, ще більшою мірою актуалізується питання про суб'єктів суспільних перетворень, здатних врахувати потреби, устремління, очікування і загальну орієнтацію суспільного попиту, зайняти лідируюче становище в духовно-символічному просторі сучасної України.

Звернемося до результатів відповідей на питання, поставлене в ході анкетування населення: «Як Ви вважаєте, чи існує в суспільстві потреба в лідерстві, в появі людей, які претендують на роль героїв або духовних вчителів покоління?» (див. рис. 2).

Рис. 2. Відношення до потреби суспільства в лідерах



Виходячи з першої, домінуючої, позиції, лідерство оцінюється скоріше, як об'єктивна і позачасова, іншими словами, «вічно жива» потреба мас в керівництві, а тому не пов'язана безпосередньо з актуальними практиками дійсності. Адже більшість опитаного населення вважають, що потреба в лідерстві була, є і буде присутньою нашому суспільстві (64,2%).

Аналізуючи дані анкетування населення, необхідним представлялася фіксація провідного образу українського соціокультурного лідера. Отриманий образ ми співвіднесли з декількома основними типами соціокультурного лідерства: державно-політичне (лідер-государ), інтелектуальне (лідер-експерт), бізнес-економічне (лідер-менеджер). Найбільш поширеними сферами діяльності, де респонденти вважають лідери потрібні перш за все –

політична сфера, технологічна сфера, інтелігенція, економічна та воєнна сфери.

Останні соціально-політичні процеси в Україні відбувалися під егідою звільнення від авторитарної влади і російського піклування, яке здобуло наслідки у вигляді трансформації переходу до демократичних і індивідуальним цінностям, що і призвело до нових соціальних диспозицій таким як «готовність відповідати в цьому житті тільки на себе і не залежати від іншої людини», і навпаки «дати іншим вирішувати за людину свої проблеми». Такі моделі життєвої поведінки знайшли відображення в аналізі нашого дослідження, де в зв'язку з цим ми виділили дві групи соціальних диспозицій, які, завдяки результатам опитування, будуть наповнюватися певними характеристиками:

1. Ті, хто повністю орієнтуються на себе – що володіють демократичними цінностями
2. Ті, хто орієнтуються на іншого – їх лідер переважно володіє авторитарними цінностями.

Думки з приводу модель поведінки лідера в критичних ситуація у респондентів сильно різняться, що приводить нас до твердження, що саме авторитарність лідера є ефективним в нестабільних ситуаціях (наприклад, криза чи війна). У підтвердженні такого ми наводимо, що велика частина респондентів, тобто в сумарний показник відповіді обох груп людей (за авторитарний і демократичний типи лідерства) за монопольну владу в руках лідера - всього 89,3%. Найбільше віддали голосів, звичайно, респонденти, які більше потребують сильного лідера, який повинен сам побудувати всіх своїх послідовників або підлеглих, їх 54,8%, тоді як респонденти, що володіють демократичними цінностями виступають саме за рівноправну роботу і лідера і його послідовників (41,8%) і за авторитарну модель.

Що стосується методу управління лідера, то респонденти - демократи характеризують таку модель як «включену» - справжній керівник повинен сам робити ту справу, якою він керує, і особисто брати участь в ньому і при цьому, за справжнього лідера повинен говорити не стільки його характер, скільки його професіоналізм, на думку ж цих респондентів, тоді як респонденти, що схиляються до авторитарних цінностей, більше схильні до того, що керівному лідеру досить просто командувати підлеглими, без особистої присутності і, як личить справжньому авторитарному лідерові, його сильний характер ставить на друге місце його компетентність у справі. В цілому, якщо

казати про образ лідерства в українському суспільстві, то він не має на підставі певний тип лідерства: формально-авторитарний, чи неформально-демократичний, оскільки Україна, як пострадянська країна, частинно все ще переживає деяку ностальгію за тим життям та тими лідерами нації, особливо люди які відчували радянське виховання з боку влади, яка аж ніяк не була демократичною. Тому ми описали образ лідерства через призму тих:

1. Ті, хто повністю орієнтуються на себе - що володіють демократичними цінностями. Серед них переважають чоловіки до 35 років. Для них лідер – це професіонал, який не стільки командує скільки співпрацює з послідовниками/підлеглими, навіть у кризових ситуаціях. Для людей з такою соціальною диспозицією не потрібно володіти яскравими ораторськими здібностями і самі ж вони переважають мати діло з такими ж незалежними і самостійними людьми.

2. Ті, хто орієнтуються на іншого – в такій диспозиції лідерство існує на авторитарних цінностях. Серед них переважають жінки, віком від 36 до 59 років та люди похилого віку. У цій групі проявлення лідером жорсткого характеру та монопольної влади є яскравою його характеристикою. Такому лідеру достатньо просто віддавати вказівки для того, щоб послідовники слухались і робили все, як казав лідер без особистої присутності і, як личить справжньому авторитарному лідерові, його найсильніший характер ставить на друге місце його компетентність у справі.

Таким чином, українське суспільство має ще пережиток радянського минулого в плані потреби в сильному і монопольному лідера, але, звичайно, не все так погано, адже з кожним поколінням люди усвідомлюють, що в світі найбільш демократичними цінностями без переваги людського фактора, зокрема авторитарності, процвітає соціально-політичне й економічне життя.

Література:

1. Головешко Б.Р. Соціальні функції лідерства і його роль у професійній діяльності сучасного спеціаліста з інформаційних технологій // Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія: щоквартальний науково-практичний журнал. – 2013. – № 4. – С. 42-50.
2. Кочубей Т., Семенов А. Сучасні теорії лідерства: теоретичний аспект // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – Умань, 2012. – № 40. – С. 176-184.

О.В. Чабан

Запорізький національний університет

РОЛЬ ШАХІВ У ВИХОВАННІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

У сучасних умовах велике значення для виховання молоді має проблема пріоритетів кожного індивідуума. Вона полягає у визначенні інтересів, зокрема відвідування занять гуртків. У залученні молоді до гурткової роботи суттєва роль належить організаторам (керівникам), завдяки яким до них приходять обдаровані діти. Серед них, безумовно, заняття з шахів, які сприяють розвитку концентрації уваги, вмінню долати труднощі та планувати власні дії, логічно мислити, розвивати вміння та поважати суперника [1 с. 3].

Загальновідомо, що гра в шахи – це одна з найдавніших настільних ігор, яка була заснована в Індії у V-VI ст. н.е. В Європу шахи потрапили після завоювання Іспанії арабами у VIII-IX ст. [2, с. 483-484] Вони дозволяють краще виявляти риси творчої особистості, їх нерідко залучають як модель для наукових досліджень у галузі психології та педагогіці. Тому не випадково FIDE, деякі шахові федерації, серед них й Україна, радять запровадити шахи як освітню дисципліну у школі [3].

Суттєву роль у підтримці такої точки зору відіграє Дніпровська шахова федерація, яка створила розвинуту мережу шахових гуртків, як в загальних середніх школах міста, так і спеціальних (ДЮСШ). Існують дитячо-молодіжні центри при міській раді, де учнів не тільки навчають, але й готують до набуття розрядів та звань шахової майстерності.

Враховуючи те, що у 2012 році ще до вступу в Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, автор цього дослідження став кандидатом у майстри спорту з шахів України, накопичив певний досвід виступаючи за команду ДЮСШ № 11 на чемпіонаті України з швидких шахів, а згодом збірної історичного факультету, яка тричі поспіль (2014-2016 рр.) виграла шахову олімпіаду ДНУ, тому погодився очолити гуртки з шахів в міських дитячо-молодіжних центрах «Сучасник» та «Зміна», де пропагуються також малювання, бісероплетіння, танці та ін.

Набір до гуртків здійснювався на добровільних засадах, враховуючи перш за все як власне бажання дітей та молоді, так й ініціативи батьків. Заняття розпочалися з 1 вересня 2016 року, загальна кількість учнів становило приблизно 40 чоловік. Вік учнів коливався

від 6 до 10 років, головне завдання наставника полягало в тому, щоб виявити талановитих представників, відрахувати тих хто не бажає вчитись, приділити обдарованим дітям більше уваги. Проходили заняття не тільки з теорії, але й з практики. Створив групу з 12 чоловік, деякі з яких виконали норми IV, III та II дитячо-юнацького розряду з шахів. Серед них: Коротун Тимур, Піддубна Єлизавета, Матвеев Максим та ін.

У цілому можна зробити висновок, що за шахами, безперечно, велике майбутнє. Мій невеликий досвід доводить, що саме гурткова робота дозволить готувати достойну зміну шахістам України, користуючись передусім, як досвідом минулого, так і подальшим розвитком сучасної теорії та практики шахової гри як в Європі і в цілому так у Світі.

Література:

1. Крогиус Н.В. Психологическая подготовка шахматиста. – 2-е изд. – М., 1979. – 134 с.
2. Карпов А.Е., Чепыжный В.И. Шахматы. Энциклопедический словарь. – М.,1990. – 624 с.
3. Президент Международной шахматной федерации (ФИДЕ) Кирсан Илюмжинов поддержал идею сенатора Вадима Тюльпанова ввести в школах уроки по шахматам // Interfax.ru. – 2016. – 12 декабря. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/russia/540899>.

ЗМІСТ

Молодь як предмет соціологічного вивчення	3
Болсун А.А. Гендерна репрезентація у шкільних підручниках у молодшій школі.	3
Гончарова В.С. Ціннісні орієнтації студентської молоді в професійній сфері	5
Жарко Я.Ю. Досвід застосування методу ментальних карт при дослідженні сприйняття міського простору студентською молоддю	8
Кубарева О.С. Подружні стосунки в уявленнях сучасної молоді	12
Кучеренко Д.О. Підприємництво як життєва стратегія української молоді	16
Первухіна А.С. Шлюб у системі ціннісних орієнтацій сучасної молоді (на прикладі м. Дніпро)	21
Соловійова А.О. Самоідентифікація студентської молоді міста Дніпра	23
Шрамко А.С. Особливості впливу засобів масової інформації на молодь	28
Зайнятість і праця в дискурсі сучасної соціальної науки	31
Худа А.В. Соціологічні аспекти вивчення економічної поведінки у дигітальному суспільстві	31
Віценко К.С. Інтелектуальна праця в контексті українського суспільства: до постановки проблеми	34
Драпп І.О. Соціально-трудова адаптація демобілізованих учасників АТО	38
Іщенко І.О. Аспекти трансформації соціально-трудових відносин на сучасному етапі розвитку суспільства	41
Лагуніна Н.С. Дауншифтинг як нова стратегія трудової поведінки у сучасному суспільстві	45
Макаренко М.А. Самовизначення молодої людини як складова осмисленого професійного вибору	48
Носовська А.Ф. «Скляна стеля» як прояв гендерної нерівності в сучасному українському суспільстві	53

Сириця М.О. Жіноче підприємництво в Україні на сучасному етапі: соціологічний аспект	55
Хассай Є.Ю. Труднощі жінок-підприємців в українському соціумі	57
Освіта, наука і культура у фокусі соціології	61
Антіпова В.П. Освітня мобільність як світова тенденція	61
Ашихіна А.С. Міфологізація закордонної освіти як кращої	62
Гнида А.С. Витоки гоп-культури та особливості її формування в Україні	64
Калінчук О.А. Які проблеми сучасної української освіти хвилюють нині науковців?	67
Клименко Л.І. Дистанційна освіта як новітня інформаційна технологія	68
Кліменічева А.В. Волонтерський рух у сучасному українському суспільстві	73
Молдован Ю.О. Роль освіти в особистісному становленні та самореалізації особистості	74
Пілатова К.І. Подорожуючи країною: туристичні практики дніпровських студентів	77
Проніна М.О. Роль самоосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього фахівця	81
Пузенко А.Я. Наспів Києво-Печерської лаври та його значення у вихованні музичної культури молоді	84
Раку Д.О. Концепція неперервної освіти та підвищення ролі самоосвіти в сучасному суспільстві	87
Толстік Ю.О. Культурний герой у сучасній масовій культурі	89
Шевцова О.В. Особливості самопрезентації користувачів соціальних мереж	94
Міждисциплінарні проблеми сучасного соціологічного знання	98
Омельченко Є.К. Особливості функціонування та вимірювання ризиків в умовах сучасного українського соціуму	98
Абрамова А.Д. Дискурс сексуальності в сучасному українському медійному просторі	101
Балійчук В.А. Підприємці та влада: проблеми взаємодії	105

Бойко Е.В. Тренінгова практика як технологія розвитку лідерських якостей молоді	108
Запорощенко М.С. Рольовий конфлікт як чинник зниження продуктивності у сучасній організації	111
Захаренко А.Р. Категорія «фантастичного» та її соціологічні імплікації	113
Левченко О.О. Екомода в життєвих практиках сучасного індивиду	116
Максименко О.С. Дім у проблемному полі сучасної соціологічної рефлексії	119
Маренюк В.О. Реклама як простір репрезентації візуального образу жінки в контексті актуального культурного коду	123
Михлик О.С. Аксиологічний вимір трудових практик сучасної молоді	125
Пігур К.А. Образ лідерства в суспільній свідомості мешканців м.Дніпро	128
Чабан О.В. Роль шахів у вихованні сучасної молоді	133

Наукове видання

СОЦІОЛОГІЧНІ ДИСКУРСИ

Матеріали міжвузівської наукової конференції
молодих учених
(м. Дніпро, 13 грудня 2017 року)

Підписано до друку 27.12.2017 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк різнограф. Ум. друк. арк. 9,04. Обл.-вид. арк. 7,41.
Тираж 100 прим.
Зам. №5/18.

Видавництво «Грані»
Свідоцтво про видавничу діяльність та розповсюдження видавничої продукції
Серія ДК № 2131 от 23.03.2005 р.
49000, м. Дніпро, вул. Св. Хороброго (Чкалова), 25
Тел./факс: (056) 744-42-39 www.grani.org.ua, graniprint@gmail.com