

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Збірник наукових праць

Засновник і видавець:
Класичний приватний університет

Виходить 4 рази на рік

Засновано у 1998 році

ВИПУСК 77

Запоріжжя
Класичний приватний університет
2018

УДК 316.42(043)
ББК 60.5
С 54

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

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

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

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

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

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

Ухвалено до друку вченою радою

Класичного приватного університету

протокол № 6 від 28 лютого 2018 р.

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

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

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

<i>Т. Г. Каменская</i> НАРРАТИВНИЙ МЕТОД В СОЦІОЛОГІИ: СТРУКТУРА НАРРАТИВНОГО ІНТЕРВ'Ю І АНАЛІЗА.....	6
<i>В. О. Кудоярова</i> ОСВІТА МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	13
<i>Ю. Ю. Медведєва</i> ЧИННИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕЛІГІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В ТАЙВАНІ: СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА (ЧАСТИНА 3).....	19
<i>Ю. Ф. Пачковський, М. П. Бліхар</i> ЦІННІСНИЙ КОНТЕКСТ АНАЛІЗУ ПОСТМОДЕРНИХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН	28
<i>В. В. Щербина</i> СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГІЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ.....	38
<i>В. Н. Щербина</i> ІДЕЯ ДЕМОКРАТИИ В ИСТОРИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ МНОГОУКЛАДНОГО ОБЩЕСТВА УКРАИНЫ (ОКОНЧАНИЕ)	45

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

<i>Т. Л. Багаева</i> УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ БРЕНДИНГА: ПОИСК МЕТОДА.....	69
<i>А. М. Батюк</i> РОЛЬ МАСОВОГО СПОРТУ В СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ.....	87
<i>Л. А. Дідик</i> МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	95
<i>Н. В. Дзюба</i> ПОЛЯРИЗАЦІЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ТА ЕЛЕКТОРАЛЬНІ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ	102
<i>С. Л. Катаев</i> КОНЦЕПТ «ОБЩЕСТВА УСПЕХА» В ДИСКУРСЕ СОЦІОЛОГІИ	111
<i>К. В. Настояца</i> КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ФАКТОРИ ТА ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	118
<i>Н. О. Половая</i> КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТИ В ТЕХНІЧНОМУ ВНЗ (НА ПРИКЛАДАХ НАЦІОНАЛЬНОГО АВІАЦІЙНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТА ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ).....	127

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Н. І. Варга</i> ОЧІКУВАННЯ ТА УЯВЛЕННЯ ПРО РИНОК ПРАЦІ ЗАКАРПАТТЯ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ)	135
---	-----

<i>Н. І. Глебова</i>	
СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ВИМІРАХ.....	144
<i>А. А. Гоць</i>	
ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ	155
<i>І. О. Зугравий</i>	
СЕКСУАЛЬНІ ЦІННОСТІ ЯК ФОРМА СТАБІЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ СІМ'Ї	161
<i>К. М. Котеленець</i>	
СОЦІАЛЬНА СФЕРА СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ ОКУПОВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ: ДАНІ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ГАЗЕТ ТАК ЗВАНОЇ ЛУГАНСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ	170
<i>М. П. Кухта</i>	
ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ВИКЛЮЧЕННЮ ЛЮДЕЙ СТАРШОГО ВІКУ ІЗ СОЦІАЛЬНОГО ЖИТТЯ	176
<i>О. Orlova</i>	
FORMING THE CIVIC ACTIVITIES OF UKRAINIANS IN THE CONTEXT OF LIMITATION OF THEIR REAL SOCIAL AND POLITIC ACTIVITY BY AUTHORITIES	187
<i>І. О. Святненко</i>	
ГЕНДЕРНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ: ПРОЕКТ ПРОГРАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	195
<i>А. А. Согорін</i>	
ОСНОВНІ ТРЕНДИ РЕКЛАМНОГО ВПЛИВУ В КОНТЕКСТІ ПОБУДОВИ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ СПОЖИВАЧІВ.....	203
РЕЦЕНЗІЯ	
<i>С. Л. Катаєв</i>	
НА ПУТИ К СОЦІОЛОГІИ БРЕНДИНГА	211

ТЕОРИЯ ТА ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ

УДК 316.52

Т. Г. КАМЕНСКАЯ

НАРРАТИВНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ: СТРУКТУРА НАРРАТИВНОГО ИНТЕРВЬЮ И АНАЛИЗА

Целью статьи является разграничение методов нарратива и нарративного интервью, обоснование структуры нарративов, необходимой для их анализа, а также для составления вопросов нарративных интервью. Общаясь друг с другом, мы рассказываем о чем-то пережитом, о событиях в нашей жизни и делаем это в интуитивно выстроенной «нарративной последовательности». Основой для анализа нарративов и построения вопросов (путеводителей) нарративных интервью послужили категории, предложенные Т. Ван Дейком и дополненные нами лексическими вариантами, присутствующими в нашей языковой среде.

Ключевые слова: нарратив, нарративное интервью, нарративный анализ, структура нарративного анализа, структура нарративного интервью.

Современная социальная структура (или стратификация) выстраивается таким образом, что в социологических исследованиях приходится все чаще обращаться к качественной методологии. Качественные методы исследования рассчитаны на изменчивые, сложные по внутренней структуре социальные объекты, в то же время они сами нуждаются в постоянном развитии и усовершенствовании. В частности, такой метод, как биографический, в начале прошлого столетия был ориентирован всего лишь на фиксацию хронологических последовательных событий в жизни людей. В социологическом дискурсе анализ данных осуществлялся с помощью контент-анализа текстов биографий. В настоящий же период наработано множество подвидов биографического метода: анализ автобиографий, биографическое интервью, аксиобиографическое интервью, психобиография, каузометрия, метод жизненной саморефлексии, стратегия *lifestory* и др. В том числе некоторые исследователи считают подвидом биографического метода и нарратив, нарративное интервью.

Когда выстраивается такое многообразие близких методик, тогда, безусловно, возникают трудности в подборе сфер их применения, в процедурах сбора информации, в обработке первичных данных. Актуальным в таких случаях является наведение четких границ, отличающих тот или иной метод от близких ему других методов. Что касается нарративного метода, то, несмотря на большое количество его описаний в научно-педагогической литературе, до настоящего времени остается неясным, например, чем отличается просто нарративный метод от нарративного интервью, в каких случаях они используются. Или в чем заключается особенность анализа текстов нарративов от текстов нарративных интервью.

Целью статьи является разграничение методов нарратива и нарративного интервью, обоснование структуры нарративов, необходимой для их анализа, а также для составления вопросов нарративных интервью.

Термин нарратив (narrative) переводится с английского как «повествование». В 60–70 гг. XX в. нарратив стал использоваться во многих научных отраслях. Философы отмечают, что нарратив начинает онтологизироваться и популярной становится идея, что вся человеческая жизнь – это нарратив. Для расширения кругозора есть смысл ознакомиться с некоторыми определениями нарративов, часто используемыми в философии. «Микронарратив – фрагмент опыта индивида, зафиксированный в тексте (автобиографии, мемуарах, воспоминаниях и дневниках); мастер-нарратив – исторически и культурно обоснованная интерпретация определенного аспекта мира с конкретной позиции; гранд-нарратив – это совокупность нарративов, которые объясняют, описывают, уточняют значение конкретного концепта (гранд-нарратив в чем-то близок дискурсу); метанарратив – крупномасштабные теоретические конструкты, характерные для конкретной эпохи, существующие в виде универсальных пояснительных схем ... для познания и интерпретации» [3, с. 12].

Нарратив – рассказ информанта, специально организованный вокруг последовательных событий. Это не отражение объективных событий. Напротив – это видение информантом сейчас того или иного события и конструирование уже в присутствии исследователя как мира вокруг себя, так и самого себя.

Открывателем этого метода считается немецкий социолог Фриц Шютце. Он заметил достаточно устойчивую закономерность в том, как практически все люди в своих рассказах и повествованиях в повседневной жизни произвольно придерживаются общих схем и стереотипов. Общаясь друг с другом, мы рассказываем о чем-то пережитом, о событиях в нашей жизни и делаем это в интуитивно выстроенной «нарративной последовательности».

В учебнике А. Готлиб эта практически всем присущая схема повествования, органично вплетенная в межличностное общение людей (можно сказать, «данная от природы»), называется интуитивной компетентностью. Она служит гарантией того, что нарратив (повествование) будет понят слушателем. Интуитивная компетентность здесь – имплицитные (внутренние) правила, которые Ф. Шютце называет **цуцвангами** и в соответствии с которыми человек выстраивает свое повествование. При этом рассказчик (повествующий), как правило, может и не подозревать об их существовании: любой человек стремится сделать свой рассказ доступным для понимания и воспроизводства со стороны других людей [1, с. 300–302].

Это природное, естественное побуждение человека – без обдумывания и подготовки, в свободной форме поведать о чем-то случившемся с ним – и есть нарратив. В качественной социологии нарративы рассматриваются как **социальные практики**, возникающие непосредственно внутри

и вследствие социологического исследования. Респонденты при этом выступают субъектами, чьи нарративы отражают, интерпретируют и конституируют социальную реальность.

Безусловно, в силу различных социально-психологических особенностей личности и характера описываемых событий одни люди сравнительно легко могут «поведать» свою краткую жизненную историю. И тогда исследователь получает в качестве первичных данных **нарратив**. Стоит отметить, при всей расположенности респондента стать нарратором, социологу-интервьюеру необходимо высокое мастерство – стимулировать респондента на рассказ, который он должен начать без предварительного планирования и подготовки. При этом с респондентом приходится договариваться об условиях сбора информации (аудио- или видеозаписи), в то же время респондент должен почти экспромтом поведать о своем переживании того или иного события.

Другие люди являются более сдержанными и неохотно сообщают о пережитом, хотя и являются непосредственно участниками исследуемых событий. Иными словами, они являются информационно насыщенными субъектами, повествования которых очень важны для исследования. В таких случаях социологи переходят к **нарративному интервью**.

С его помощью исследователь получает глубокий доступ к субъективному миру информанта, в котором отражаются социальные процессы, происходящие вокруг него. Нарративное интервью осуществляется в сравнительно недирективной вопросно-ответной коммуникации, то есть с высокой степенью свободы для информанта.

Цель нарративного интервью – получить жизненный опыт респондента из его повествований, в которых он излагает свои жизненные события в такой последовательности, как они были им пережиты, плюс с учетом имплицитных (внутренних) правил-схем, цуцвангов.

Выявление этих имплицитных правил и закономерностей послужило основой для анализа нарративов и построения вопросов (путеводителей) нарративных интервью.

Структура нарратива

Основоположник нарративного метода Ф. Шютце предлагал структурировать нарративное интервью на три части: 1) начало интервью и основной рассказ; 2) фаза нарративных расспросов; 3) заключительная часть [1, с. 307]. Лингвист, профессор Амстердамского университета Т. ван Дейк также разработал структуру повествований в повседневной жизни, опираясь на устойчивые языковые формы повествования. С помощью этих распространенных в повседневной коммуникации языковых схем мы получаем возможность более глубокого проникновения в субъективный мир информантов. Т. ван Дейк исходит из того, что «в нашей культуре мы все придерживаемся одной нарративной схемы, в которой представлены определенные **категории**» [2, с. 30], иными словами, элементы структуры нарратива (как спонтанного повествования, так и нарративного интервью).

Если мы имеем дело с нарративами, то на первом этапе обработки текстов этих нарративов нам следует маркировать и объединять под определенными наименованиями высказывания респондентов, отражающих их позиции по указанным ниже категориям. Это и есть **структура нарративного анализа** – схема, в соответствии с которой можно выделять фрагменты повествований респондентов и обобщать их в определенной последовательности, переводя в категории и характеристики исследуемого объекта. Если приходится применять нарративное интервью, тогда аналогичными этим самым категориям вопросами исследователь инициирует высказывания (ответы) респондентов.

Далее будут рассмотрены восемь главных фрагментов рассказов, которые естественным образом используются нами в повседневных повествованиях (нарративах) и которые Т. ван Дейк предлагает в качестве основных категорий. Мы предлагаем рассмотреть эти категории, с одной стороны, для нарративного анализа, с другой – для нарративного интервью. При этом мы дополняем к характеристикам этих восьми категорий лингвистические устойчивые выражения из повседневных коммуникативных практик, распространенных в нашей социальной и языковой среде.

1. У Т. ван Дейка первая категория называется **«Приуроченность к ситуации»**. Это своего рода ««размещение» рассказываемой истории в определенной части разговора. Маркерами такого стратегического размещения являются особые выражения, такие как «возьмем для примера», «это напоминает мне» или «мне довелось испытать такое»» [2, с. 199]. Ярким примером категории приуроченности к событиям можно считать начало детского стихотворения С. Михалкова «Дело было вечером, делать было нечего».

В случае, если необходимо применить нарративное интервью, исследователь может обратиться, например, либо с прямым вопросом «Как, получилось, что Вы ...?», либо с мягкой просьбой вспомнить что-то. Или, как пишет Т. ван Дейк, «иногда приурочивание может выражаться в виде оценки, например, «забавно...»» [2, с. 200]. А значит, и вопрос интервью можно начать с обращения: «Забавно, как это могло быть...?»; «Неужели можно было ...?»; «Возможно ли вообще такое, чтобы ...?» и т.п.

2. Следующая категория **«Резюме (краткое содержание)»**. «С ее (этой категории) помощью представляется важная часть рассказываемой истории... и краткое содержание не только выполняет функцию введения темы, но и способствует возбуждению интереса к ней» [2, с. 200]. Краткое содержание подготавливает слушателя, чтобы он знал, чего ему дальше ожидать. В текстах нарратива рассказчики резюмируют, либо предваряя последующие сообщения, либо в конце рассказа. Нагнетание интереса в целом к описываемому событию может сопровождаться пословицами, поговорками, распространенными цитатами из художественных произведений: «Человек предполагает, а Бог располагает, поэтому все было так...»; «Не все коту масленица, так что...»; «Все получилось, как в том анекдоте...». Люди с вы-

соким интеллектом резюмируют более изысканными цитатами. Соответственно, могут быть и жаргонные высказывания в качестве резюме.

Интервьюирующий может побуждать этот интерес, выражая недоверие или спрашивая о тех или иных подробностях: «Как это случилось?», «Почему это случилось?» Данная категория важна скорее для нарративного интервью, чем для анализа целостного повествования.

3. Следующая категория – **«Описание окружающей обстановки»** – «первая основная категория собственно рассказа, поскольку две предыдущие категории функционируют в качестве введения к нему» [2, с. 202]. Сюда входят описания времени, места (возможно, как «сцены») и состава участников событий (действующих лиц). В описании действующих лиц важно отметить позицию рассказчика в употреблении местоимений «мы» и «они».

В интервью эту описательную категорию иницируют вполне простыми вопросами: «Кто?», «С кем?», «Когда?», «В какое время?», «Где?».

4. Категория **«Ориентация»** отображает своего рода условия протекания событий или действий, осуществляемых участниками. Нарратору она «необходима для создания фона при описании интересных событий, упоминаемых в осложнении» [2, с. 203]. Это характеристики повседневных ситуаций или ежедневных занятий: «Утром, как обычно...»; «Запланированный шопинг начался в ... часу»; «На заправочной станции не было очереди и ...» и др. Ориентация – это приготовление слушателя к тому, что за важное, значимое событие ему сейчас опишут, и что оно будет самой интересной темой рассказа. Ориентацией подчеркивается значимость необычных или экстремальных событий, отражаемых в повествовании.

В нарративном интервью может иметь место вопрос о том, на фоне каких повседневных процедур и действий возникло осложнение (конфликт, напряжение, угроза и т.п.).

5. **«Осложнение»** – ядро рассказываемой истории [2, с. 204]. Это то, ради чего респондент рассказывал все предыдущее. Накал событий выливается или в какой-то конфликт, или в напряжение, или в появление чего-то. Все мелочи, на которые ранее обращал внимание респондент, либо постепенно, либо стремительно обобщаются и трансформируются в сложный итог событий.

В интервью данный фрагмент может даже и не иницироваться исследователем. Респондент переходит к этой части рассказа уже произвольно, предыдущие сообщения влекут его безвозвратно к этим центральным событиям.

6. Категория **«Развязка»** [2, с. 207] присутствует как повествование о разрешении конфликта, напряжения, интриги, затруднений.

В интервью о развязке задается вопрос «Что же в итоге произошло?», «Чем это закончилось?» и т. п.

7. **«Экспликация»** [2, с. 210] – попытка понять и дать разъяснение. В этой части рассказа могут звучать предложения, рекомендации, прогнозы, пророчества, предупреждения и др.

Вопросами для интервью могут быть использованы: «И что Вы об этом думаете?»; «Что из всего этого следует?»; «Каковы перспективы этого?»

8. «**Оценка**» – когда рассказчик выражает свое мнение или эмоции относительно описываемых действий, событий. По мнению Т. ван Дейка, оценки выражаются следующими фразами: «Мне это не понравилось»; «Я боялся...»; «Это был просто удар для меня» [2, с. 211]. Нам встречались оценки типа «Иначе не могло и быть»; «Я не ожидал, что это будет...», «Я долго не верил, что...».

Интервью, если оценки не прозвучали спонтанно, может завершаться уточнением: «И каковы после этого Ваши ощущения?»; «Что-то изменилось для Вас после этого и как?»

Подводя итог, можно предложить своеобразную модель результатов нарративного анализа или анализа нарративных интервью, которые проводились в соответствии с приведенными выше восьмью фрагментами распросов. Описание исследуемого феномена или предмета исследования будет отражаться минимум в 8–9 абзацах текста, которые будут начинаться приблизительно так:

1 – к исследуемому событию преобладает отношение участников как к случайному (или ожидаемому, или ассоциируемому с..., и т.п.);

2 – интерес участников к описываемым событиям чаще всего выражается в словах: «Человек предполагает, а Бог располагает...» и т.п. (как в пункте 2 стр. 9). В большинстве случаев респонденты выражают сдержанный интерес;

3 – событие происходило во ... время, на территории ..., с участием ...;

4 – внешняя обстановка описывается как ...;

5 – главным выделяется то, что...; особенно участники подчеркивают...; ситуация контролировалась (или уходила из-под контроля);

6 – в результате все закончилось, по мнению большинства, тем, что...; произошло событие, которое...;

7 – большинство респондентов видит в этом ...; их прогнозы и предположения сводятся к...;

8 – в своих оценках респонденты распределились таким образом...

Итак, событие, участники которого высказались в нарративах и нарративных интервью, переживалось ими ... (таким-то образом), запомнилось тем, что ..., эмоционально выразилось... и оценивается как...

Следует добавить, что изложенная выше схема, по Т. ван Дейку, позволит объединять при анализе информацию, собранную одновременно и методом нарратива, и методом нарративного интервью.

Список использованной литературы

1. Готлиб А. Введение в социологическое исследование: Качественный и количественные подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие. Самара : Изд-во «Самарский ун-т», 2002. 424 с.

2. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / сост. В. В. Петрова ; под ред. В. И. Герасимова. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.

3. Долгочуб А. Ю. «Наративи секуляризації» в концепції Ч. Тейлора : автореф. дис. ... канд. філос. наук. Одеса, 2018. 16 с.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Каменська Т. Г. Наративний метод у соціології: структура наративного інтерв'ю й аналізу

Мета цієї статті – відрізнити методи наратива та наративного інтерв'ю, обґрунтувати структуру наративів, необхідну для аналізу, а також для складання питань наративного інтерв'ю. Спілкуючись один з одним, ми розповідаємо про щось, що нам довелося пережити, про події в нашому житті й робимо це в інтуїтивно побудованій «наративній послідовності». Підґрунтям для аналізу наративів і побудови питань (путівників) наративного інтерв'ю стали категорії, запропоновані Т. Ван Дейком і доповнені нами лексичними варіантами з нашого мовного середовища.

Ключові слова: наратив, наративне інтерв'ю, наративний аналіз, структура наративного аналізу, структура наративного інтерв'ю.

Kamenska T. Narrative Method in Sociology: Interview and Analysis Structure

The aim of this paper is to distinct the methods of narrative and narrative interview, to explain the narrative structure needed for their analysis, and to make questions for narrative interview as well. Narrative is an untaught, natural motive of an individual to tell in free form about something what happened to him or her without any training or pondering. Speaking to each other we tell about something that we passed through, about happenings in our lives, and we do this intuitively building «narrative consequence».

Sociologist A. Gotlib writes that this scheme of narration inherent to practically all people is seamlessly implicated in interpersonal communication (pretty much «inherited from nature»). She calls this human trait intuitive competency which guarantees that the hearer will understand the narration.

Due to different social and psychological personal traits and to the character of described happening some people can easily tell their life story. And in this case the researcher gets narratives (stories about happenings in their lives) as raw data.

Other people are more discreet, and don't share so willingly even being direct participants of the examined events. In other words they are information rich subjects whose narrations are very important for the research. In such cases the sociologists fall back on the narrative interview. The narrative interview is performed as nondirective question-answer communication i. e. with high-scale freedom for an informant.

We used the categories evolved by the Professor from the University of Amsterdam T. van Dijk as the framework for narrative analysis and for the questions (guides) of narrative interview, and complemented them with lexical options inherent to our language environment. These are eight main fragments of the stories that we routinely come to in everyday narration and which were suggested by T. van Dijk as main categories. We suggest considering these categories both for narrative analysis and narrative interview: «Association with the situation», «Resume (summary)», «Exposition», «Orientation», «Complication», «Resolution», «Explication», «Evaluation». As the result we suggested peculiar outcome of narrative analysis or narrative interviews analysis taken in accordance with eight mentioned above interrogation fragments. Description of examined phenomenon or of the object of research is given in at least 8 text paragraphs.

Such full-fledged structure of our everyday narrations will allow putting together the information received both by the method of narration and the method of narrative interview.

Key words: narrative, narrative interview, narrative analysis, structure of narrative analysis, structure of narrative interview.

УДК 316.74:378 – 053.6

В. О. КУДОЯРОВА

ОСВІТА МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто проблеми формування соціальної безпеки, беручи до уваги освіту молоді як головний фактор забезпечення безпеки держави. Подано теоретичний аналіз понять «молодь», «безпека», «освіта», а також показано кореляцію між поняттями «соціальна безпека» та «освіта».

Ключові слова: освіта, інститут освіти, молодь, безпека, соціальна безпека, соціальний контроль.

Сучасне українське суспільство перебуває в стані трансформації та щодня приймає нові виклики, які дедалі більше загрожують його цілісності й гармонійному розвитку. Події останніх років довели, що питання безпеки є чи не найактуальнішим на сьогодні. Нестабільність суспільства, що виражається в зростанні соціальної напруженості та соціальної незадоволеності, сприяє появі нових ризиків, про які попереджав ще У. Бек. Зокрема, у цьому контексті виникає потреба в комплексному вивченні безпеки молоді, яка зумовлена тим, що молодь відіграє вагомий роль у перетвореннях, які відбуваються в сучасному суспільстві. А оскільки значною частиною молоді є студентство, ми не можемо оминати увагою впливову роль вищої освіти у формуванні особистості молодої людини. У таких умовах актуалізуються пошуки механізмів стабільного та безпечного розвитку суспільства.

Проблеми забезпечення безпеки є предметом вивчення галузей знань багатьох наук. Першими вченими, які взялися аналізувати безпеку як соціальний феномен, були Н. Макіавеллі, Т. Гоббс, Дж. Локк, І. Кант, Г. В. Ф. Гегель. У XIX – на початку XX ст. до них приєдналися О. Конт та Г. Спенсер, які вивчали безпеку з погляду позитивізму, та пізніше К. Маркс і П. Б. Струве, які мали ту саму мету, але виходячи з інших методологічних засад. В умовах розвитку суспільних процесів інформаційного та постіндустріального суспільства проблеми безпеки в межах концепції ризиків досліджували У. Бек, Е. Гідденс, Н. Луман, Т. Парсонс, О. Тоффлер [1, с. 8].

У контексті наукового здобутку пострадянських соціологів слід відзначити праці таких учених, які зробили вагомий внесок у розвиток соціології безпеки: О. Вікторова, В. Добренькова, В. Іванова, В. Ковальова, Ю. Косарева, В. Кузнецова, В. Левашова, Г. Осіпова, В. Серебряннікова, Е. Соломатіна, Ю. Спіцина, Л. Шершенева, Р. Яновський та ін.

Щодо України можемо сказати, що соціологія безпеки зараз перебуває в стані розвитку та розробки теоретико-методологічного базису. У ВНЗ України підготовку професійних кадрів за спеціалізацією «соціологія безпеки» поки ще не проводять. До того ж, проблематика безпеки стала предметом досліджень переважно фахівців економічних та правових наук. Се-

ред українських соціологів спеціалістами у сфері безпеки можемо назвати Л. Бевзенко, О. Гужву, О. Кідіну, В. Ніколаєвського [2, с. 102].

Метою статті є спроба концептуалізації освіти молоді як чинника забезпечення соціальної безпеки держави.

Для досягнення поставленої мети ми здійснимо теоретичну інтерпретацію основних понять, а саме: «безпека», «молодь» та «освіта». Почнемо з поняття «молодь». За визначенням В. Лісовського, молодь – це покоління людей віком від 16 до 30 років, що проходить стадію засвоєння основних соціальних функцій, таких як освітні, культурні, професійні тощо [3, с. 7]. Розвиваючи цю думку, учений робив акцент на ролі процесу соціалізації в житті молоді. В. Добриніна звертає увагу на те, що для визначення поняття «молодь» необхідно враховувати психофізіологічні, економічні та соціальні критерії, адже молоді люди – найдинамічніша частина суспільства, яка проходить стадію формування організму та психіки й водночас не є фізично та духовно сформованою [4, с. 38]. Під кінець XX ст. соціологи вже визначали молодь як самостійну соціально-демографічну групу, що має ряд особливостей, які визначаються специфічною позицією в процесі відтворення соціальної структури, здатністю наслідувати та перетворювати сформовані суспільні відносини [5, с. 232]. Від себе додамо, що в сучасному світі молодь є невід'ємною частиною кожного розвиненого суспільства. Студентська молодь, яка навчається у вищих навчальних закладах, становить інтерес як соціальна група, яка відповідно до освітнього рівня, який здобуває, працездатного віку, динамічної соціальної поведінки в найближчому майбутньому посяде місце основної інтелектуальної сили суспільства. Протягом останніх років ця соціальна група постійно опиняється у фокусі уваги науковців та дослідників, адже студенти репрезентують цінності й настрої майбутнього країни та вбирають у себе найбільш значущі соціальні характеристики молоді.

Наступним поняттям, що підлягає нашому аналізу, є «безпека». Традиційно під безпекою розуміють відсутність небезпеки, тобто ситуацію, у якій відсутня будь-яка загроза. Зазначимо, що безпека є багатограним поняттям, яке включає в себе національну, інформаційну, економічну, екологічну, техногенну, фінансову та інші види безпек. У нашій статті ми розглянемо безпеку соціальну. Г. Фомченкова тлумачить соціальну безпеку як сукупність умов, необхідних для збереження соціального порядку та життєво важливих нормативних орієнтацій особистості, суспільства й держави [1, с. 51]. Відповідно до позиції О. Яницького, соціальна безпека молоді є умовою підтримки ідентичності суспільства при трансформаційних змінах, що тривають, оскільки молодь, яка уособлює майбутнє будь-якого суспільства, визначає вектор його подальшого розвитку через свою діяльність, що може бути спрямована як на прогрес, так і на соціальний регрес. Це пов'язано із соціальним розвитком молоді та динамікою зміни її соціального статусу в структурі суспільства [6, с. 24].

У вітчизняних нормативно-правових документах соціальній безпеці не приділено багато уваги. Але в методичних рекомендаціях щодо розра-

хунку рівня економічної безпеки України ми знайшли таке визначення: «соціальна безпека – це стан розвитку держави, за якого держава здатна забезпечити гідний і якісний рівень життя населення незалежно від віку, статі, рівня доходів, сприяти розвитку людського капіталу як найважливішої складової економічного потенціалу країни» [7].

Підсумовуючи наведені вище визначення, дамо власне пояснення феномена соціальної безпеки. На нашу думку, соціальна безпека – це стан суспільства, який є гарантом повноцінного функціонування всіх соціальних інститутів суспільства, та стабільний розвиток особистості в умовах світу, що трансформується.

Освіта є центральним поняттям праць багатьох учених з різних галузей знань, зокрема соціології. Так, американський соціолог Н. Смелзер зазначав, що освіта є частиною процесу формування особистості. За допомогою цього процесу суспільство передає знання та навички від однієї людини до іншої. У процесі навчання учням транслюються певні культурні цінності. Процес навчання спрямований на соціалізацію особистості, але іноді навчання конфліктує з реальними інтересами учня. Таким чином, «освіта є частиною процесу соціалізації, яка передбачає засвоєння широкого кола цінностей, понять і очікувань, на основі яких складається повсякденне життя людей» [8, с. 425]. Крім цього, Н. Смелзер, спираючись на особливості американського суспільства, пов'язував поняття «освіта» з поняттям «соціальна мобільність» (чим більше років вчиться людина та має дипломів, тим більше в неї шансів на успіх у житті та високооплачувану роботу). Класик соціології Е. Дюркгейм відводив освіті дуже важливу роль. Він широко трактував це поняття, розглядаючи освіту як окремий соціальний інститут, який є невід'ємною частиною виховання. Освіта, на думку Е. Дюркгейма, це головний інструмент солідарності. Основна ідея його праць, присвячених темі освіти, полягає в тому, що педагогіка та соціологія нерозривно пов'язані. Педагогіка залежить від соціології. На його думку, виховання та освіта є ключовими інститутами, які моделюють суспільства, адже освітні заклади відтворюють риси суспільства [9, с. 34]. У сучасному світі роль освіти можемо характеризувати так: «Освіта призначена, щоб дати новому поколінню початкові знання культури, формуючи поведінку в дорослому житті й допомагаючи у виборі можливої ролі в суспільстві. У широкому розумінні слова освіта – процес або продукт формування розуму, характеру або фізичних здібностей особистості. У технічному значенні – це процес, за допомогою якого суспільство через школи, коледжі, університети та інші інститути цілеспрямовано передає свою культурну спадщину – накопичене знання, цінності й навички – від одного покоління іншому [10].

Проаналізувавши праці багатьох соціологів, виділимо п'ять основних функцій освіти:

- а) функція трансляції культури суспільства від покоління до покоління, а також її поширення й збереження;
- б) функція соціалізації та інтеграції молодого покоління;
- в) функція соціального відбору (селекції);

- г) функція соціокультурних змін;
- д) функція соціального контролю [11, с. 112].

Усі вищезазначені функції тією чи іншою мірою сприяють впливу освітнього процесу на становлення безпеки держави. Але, на нашу думку, найбільш ваговою в цій схемі є функція соціального контролю. За задумом, соціальний контроль є тим фактором, що регулює поведінку людини. Основною метою соціального контролю є виховання законослухняного громадянина. Наприклад, через діяльність викладачів освіта реалізує регуляторну функцію, сприяючи інтеграції та підтримці стабільності суспільства. Зауважимо, що в умовах зниження, а іноді й втрати реалізації функції соціального контролю таких соціальних інститутів, як сім'я, різко зростає значення здійснення цієї функції інститутом освіти [1, с. 247]. Освіта, як у багатьох випадках другий за значенням соціальний інститут у житті людини, закладає в особі соціальні норми, які прийняті в суспільстві, та попереджає про санкції, які будуть введені за порушення цих норм.

Для того, щоб прослідкувати кореляцію між освітою та соціальною безпекою, треба враховувати такі фактори, як якість освіти й кількісні показники освічених людей. Як показують дослідження, рівень безпеки в країнах, де превалюють освічені люди, є значно вищим. Ми пояснюємо це так: наявність вищої освіти дає людині змогу критично мислити, аналізувати факти та робити зважені висновки, що призводить до зниження протестного потенціалу та криміногенних настроїв населення. Для підтвердження нашої тези наведемо приклад. При цьому зауважимо, що, звісно, існує низка взаємопов'язаних соціальних, економічних, культурних та політичних чинників, які посилюють наведені дані, але роль освіти тут є, безперечно, ваговою. Тож, за даними рейтингу країн світу за індексом рівня освіти за 2016 р., перше місце з позначкою 0,939 посіла Австралія [12]. При цьому кількість тяжких та особливо тяжких злочинів, так само як і рівень терористичної загрози, перебуває на низькому рівні. Найпоширенішими проявами кримінальної активності є дрібні крадіжки й вуличне шахрайство [13]. Водночас у Нігерії, яка посіла останнє місце в рейтингу освічених країн світу, рівень злочинності має високі показники. На території країни поширена діяльність терористичних угруповань, а максимально високий рівень небезпеки спостерігається в нетрях великих міст [14].

Висновки. Отже, проведений теоретичний аналіз показує, що шляхи до вирішення проблем, які постають перед державою у сфері безпеки (у тому числі соціальної) сильно залежать від освіти. Із соціологічного погляду це пов'язано, з одного боку, з функцією соціального контролю, а з іншого – з розвитком потенціалу особистості. За найкращих умов під час здобуття освіти в людини мають бути сформовані загальноприйняті соціальні норми, які формують законослухняного й сумлінного громадянина. Серед якостей, які мають бути виховані в соціально безпечної людини, мають бути такі: патріотизм, критичне мислення та здатність аналізувати інформацію. Як наслідок, це забезпечує безпеку держави.

Перспективою дослідження може бути емпіричне підтвердження теоретичного аналізу.

Список використаної літератури

1. Фомченкова Г. А. Институализация безопасности молодежи в условиях трансформации российского общества : дис. д-ра соц. наук : 22.00.04. Санкт-Петербург, 2014. 407 с.
2. Гринчук А. В. Социология безопасности: состояние и перспективы развития. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2010. № 1. С. 101–102.
3. Лисовский В. Т. Эскиз к портрету: жизненные планы молодежи (По материалам социологических исследований). Москва : Молодая гвардия, 1962. 208 с.
4. Добрынина В. И. Воспитание личности – управляемый процесс. *Социальное управление и молодежь*. 1969. Вып. 3. С. 28–32.
5. Чистякова Н. А. Социальная работа с молодежью. *Основы социальной работы* / Н. А. Чистякова ; отв. ред. П. Д. Павленок. Москва : ИНФРА-М, 1997. С. 338–351.
6. Яницкий О. Н. Социология риска : монография. Москва : LVS, 2003. 192 с.
7. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджені наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=-MetodichniRekomendatsii> (дата звернення: 11.12.2017).
8. Смелзер Н. Социология : пер с англ. / науч. ред. В. А. Ядов. Москва : Феникс, 1994. 688 с.
9. Дюркгейм Э. Социология образования / пер. с франц. Т. Г. Астаховой ; под ред. В. С. Собкина и В. Я. Нечаева. Москва : ИНТОР, 1996. 80 с.
10. Вища освіта в Україні і Болонський процес : навч.-метод. посіб. для підготов. магістрів, асп. та перепідготов. викл. вищ. навч. закл. / С. М. Гончаров, В. С. Мошинський; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне, 2005. 141 с.
11. Тадевосян Э. В. Социология : учеб. пособие. Москва : Знание, 1998. 271 с.
12. United Nations Development Programme: Education Index 2016. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info> (дата звернення: 11.12.2017).
13. Victims of violent crime statistics. URL: <http://www.aic.gov.au/statistics/-violent%20crime/victims.html> (дата звернення: 11.12.2017).
14. Республика Нигер. *Гуманитарные технологии: аналитический портал* : сайт. URL: <http://gtmarket.ru/countries/niger/niger-info> (дата звернення: 11.12.2017).

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Кудоярова В. О. Образование молодежи как фактор обеспечения социальной безопасности государства: теоретический аспект

В статье рассмотрены проблемы формирования социальной безопасности, учитывая образование молодежи как основной фактор обеспечения безопасности государства. Представлен теоретический анализ понятий «молодежь», «безопасность», «образование», а также показана корреляция между понятиями «социальная безопасность» и «образование».

Ключевые слова: образование, институт образования, молодежь, безопасность, социальная безопасность, социальный контроль.

Kudoiarova V. Education of Youth as a Factor in Ensuring Social Security of the State: the Theoretical Aspect

Now modern Ukrainian society is being in a state of transformation and it rises to new challenges that progressively threaten the integrity of the society as well as its harmonious development. As student community is an integral part of youth, we should highlight the influential role of the education institution in formation of the young man's personality. In such

conditions searching for mechanisms of stable and safe society development are being of actual value.

The problem of ensuring security is being the subject matter of many sciences. Among the scientists who made a great contribution in studying the security as social phenomena we can mention N. Machiavelli, T. Hobbes, J. Locke, A. Comte, G. Spencer, K. Marx and others. In the context of sociological knowledge of post-soviet scholars we should name the works of the following scientists: V. Dobrenkov, V. Kuznetsov, V. Levashov, J. Kosarev, G. Osipov, V. Kovalev, etc. V. Nikolayevsky, and L. Bevzenko are among Ukrainian scientists who dealt with this problem.

The aim of the article is an attempt to conceptualize youth education as a factor of ensuring social security of the state.

To achieve this goal we will interpret the main theoretical concepts, namely «security», «youth» and «education».

According to the V. Lisovsky definition, youth is a generation of people aged from 16 to 30 who are passing the stage of understanding the main social functions, such as educational, cultural, professional ones, etc.

Traditionally, security means lack of danger, which means the situation without any threat. We will consider social security in our work. G. Fomchenkova defines social security as a set of conditions that are necessary for maintaining public order and vital normative orientations of the person, society and state.

Education is a central concept of works written by many scientists in different fields of knowledge, in particular in sociology. American sociologist N. Smelzer points out that «education is a part of socialization process which means understanding the great number of values, concepts and expectations that form people's everyday life»

In our opinion, the most important function of education is the function of social control. Social control is the factor that regulates person's behavior. Education forms social norms accepted in the society and warns about sanctions that will be imposed in case of breaking these rules.

To follow the correlation between the education and social security one should take into consideration such factors as quality of education and number of educated people in the country. According to the surveys the level of security in countries, where the number of educated people is greater, is much higher. According to the figures presented in the rating of the world countries on level of education for 2016 Australia took the first place with the rate of 0,939. The crime rate in this country is very low. At the same time in Nigeria, which ranked last in this rating of the educated countries of the world, the crime rate is high.

So, the conducted theoretical analysis shows that ways of solving the problems in the field of security (including social security), which the state faces, significantly depend on education. From the sociological point of view from one hand it is connected with the function of the social control and from the other hand with the development of the person's potential. In better conditions in the process of getting education generally accepted social norms, which form low-abiding and bona fide citizen, must be formed.

Qualities that should be raised in a socially-safe person must include love of the country, critical thinking and ability to analyze information. As a result it will ensure the security of the state.

Key words: education, institute of education, youth, security, social security, social control.

УДК 316.74:2(075.8)

Ю. Ю. МЕДВЕДЄВА

ЧИННИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕЛІГІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В ТАЙВАНІ: СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА (ЧАСТИНА 3)

Статтю присвячено проблемі модернізації конфуціансько-даоського синкретизму в Тайвані за умови вирізнення культурної ідентичності в різних соціальних інститутах. Аналіз модернізації в сегменті аксіосферних структур культурної системи та релігійно-ідеологічних інституцій конфуціансько-даоського кластера свідчить, що провідну роль тут відіграє державна влада зі здійсненням функції тотального контролю за релігійними культами й практиками.

Зроблено висновок, що, зрештою, релігійний синкретизм є замкненим на фігуру імператора як першооснову державної влади. У модернізованому суспільстві Китаю або Тайваню його роль виконує першоієрарх комуністичної партії або президент. На мікрорівні залишаються два чітко вирізнені сегменти немодернізованої діяльності: державна служба й дозвілля. Виконуючи бюрократичні приписи, особа має дотримуватися регламенту, здебільшого виробленого й підтримуваного також конфуціанською традицією. У період структурування вільного часу підтримання інших стандартів (буддійсько-даоського штибу) є більш можливим, порівняно з конфуціанським ритуалізмом.

Ключові слова: модернізація, вестернізація, традиціоналізм, інституційні релігії, даосизм, конфуціанство.

У попередніх публікаціях, присвячених релігійній модернізації в тайському соціумі, ми вже наголошувалося на тому, що вестернізація є кардинальною перепорою на шляху відновлення ортодоксальної традиції. Ключовий контраргумент китайських ортодоксів щодо модернізації полягає в тому, що цей соціальний процес призведе до неминучої загибелі китайської спільноти. Ця релігійна футурологія стає логічною схемою контрмодернізаційних проектів і становить основу для китайського етномесіанізму. У руслі останнього небесне Тао (а фактично – китайська етноспільнота) може набути поширення в усьому світі, що буде супроводжуватися розчиненням та зникненням частини культурних систем європейського походження.

Яка зі страгем стане провідною в тайському релігійному синкретизмі: модернізаційна чи контрмодернізаційна? Таким є засадниче питання в руслі китайського способу мислення, ґрунтованого на умисному недіянні (wu wei). Прогрес модернізації означатиме, що у сфері релігійно-культурної гегемонії стан миру в міжрелігійних відносинах Тайваню та Європи є малоімовірним, хоча й бажаним. Розгляду цієї проблеми присвячена третя частина статті, яка завершує цей тематичний цикл.

Феномен «релігійного синкретизму» перебуває в центрі уваги дослідників-синологів. За обставин прискіпливішого розгляду з'ясовується, що в науці до цього часу немає чітких дефініцій зазначеного явища. Загалом

орієнтовані на синологію соціологічні теорії релігії, дотичні до досліджень релігійного синкретизму, можна поділити на дві групи.

Перша група концепцій відтворює розуміння релігійного синкретизму як сукупності віровчень та доктрин, популярних у середовищі нижчих класів китайського суспільства. Фактично ці популярні (низові) вірування, включаючи й ті ідеологічні форми, які дістали назву «синкретичних релігій», передбачають їх цілковите ототожнення з конфуціанством [12, с. 294–340].

До цієї групи авторів можна зарахувати К. Янга та Дж. Чеснея з ідеографічними констатаціями синкретизму китайських літургій, які відбуваються в більшості випадків за участю представників усіх трьох релігійних груп; потестарну теорію синкретизму В. Зутхіла та Л. Ходоса із доведенням тотожності духовних практик та бюрократичних ритуалів, а персонажів релігійного пантеону – із чиновництвом тощо [7, с. 63–85]. Загалом щодо перспективи модернізації автори подібних досліджень ставляться доволі скептично, оскільки модернізація, на їх думку, є несумісною зі злиттям релігійного культу й бюрократичних практик.

Друга група концепцій є сфокусованою на взаємодії конфуціанської, буддистської й даоської традицій, розуміючи під синкретизмом їх ансамблеве поєднання в соціальних інститутах та культурі. Серед прихильників цієї групи теорій прийнято констатувати наявність у китайців трьох базових релігій: конфуціанства, буддизму й даосизму. До дослідників такого штибу можна зарахувати М. Топлі та В. Холмса. Автори вважають за необхідне відокремлювати популярні вірування від конфуціансько-даосько-буддистської тріади, аналізуючи однозначно співвіднесеність синкретизму з релігійними уявленнями низових прошарків китайського суспільства [8, с. 9–43].

Є достатні підстави вважати китайців в основній своїй масі індиферентними щодо свого віросповідання й конфесійної належності. Саме ця обставина не дозволяла вирізняти співвідношення в релігійному житті широких верств китайського населення локальних і державних культів, а також вірування та практики, які є похідними від даосизму й буддизму [2, с. 1042].

Коли ж зазначені відмінності стали доступними для розуміння європейських дослідників, перед ними неминуче постало питання про причини такої синкретизації релігійної свідомості китайського населення, включаючи його байдужість до релігійних інституцій. Результатом таких наукових пошуків можна вважати концепцію невирізненості релігійної ідентичності (релігійного синкретизму) як домінанти релігійного життя китайського суспільства та чинника протидії модернізації.

Метою статті є побудова описової характеристики синкретизму як контрмодернізаційного складника тайських релігій як регіонального складника китайської культури та суспільства.

Завданнями статті є: побудова описової характеристики конфуціансько-даосько-буддистського синкретизму; визначення контрмодернізаційних складників конфуціансько-даосько-буддистського синкретизму в Тайвані.

Вектором розвитку кожної з доктрин є їх поєднання в Дао. Це має стосунок як до китайських релігій, так і до християнства з ісламом, які з'явилися в Китаї дещо пізніше. Однак, оскільки відмінності в зазначених доктринах були наявними з моменту їх виникнення, то в них також поступово з'явилася тенденція до злиття з автохтонними азійськими релігіями.

Визнання християнства й ісламу відбулося в істотно глибшому вимірі, ніж просте прийняття чужих богів як рівних китайським богам, як це було в звичайних культах фу-Луан. Таким чином, сам синкретизм припускав, що доктрини двох іноземних релігій містять правду про вселенський шлях такою самою мірою, що й три китайські релігії.

Це потрібно сприймати як фундаментальне нововпровадження з урахуванням загального неприйняття й навіть ворожості, з якими розглядали ці іноземні релігії протягом останнього століття. Це важливий момент, оскільки він показує, що модернізація, яка в Китаї значною мірою є результатом впливу західних держав і подальшого культурного контакту, не тільки негативно позначалася у сфері релігії, а й привела до подальшого розвитку популярної релігійної ідеології.

Це в основному означає, що традиційна релігія може адаптуватися до модернізації й не обов'язково приречена на вимирання. На перший погляд, здається, що визнання християнства та ісламу зводиться до відмови від традиційної претензії на зверхність китайської культури. Певною мірою це може мати місце. Але якщо ми ретельно проаналізуємо аргументи, то виявимо, що це тільки один бік медалі. Оголошуючи про засадничу єдність західної та китайської релігій, християнські (і мусульманські) претензії на абсолютність стають складниками тайської культури.

Зокрема, Дж. Чесней слушно зауважує, що між християнством і ісламом уже не відбувається боротьба. Знищивши претензії Заходу на переваги, на другому етапі аргументації відбувається відновлення домінальності китайської традиції. Це пов'язано з тим, що християнство та іслам можна визнати доктринами істини через їх причетність до розуміння вселенського шляху Дао. Але в Китаї ортодоксальна традиція Дао є похідною від епох Яо і Шун і Фу-сі, тобто є значно старшою за західні традиції. Це означає, що вселенський шлях спочатку було розкрито в китайському суспільстві [4, с. 119–145].

Стародавність є важливою підставою легітимності способу мислення в китайській культурі. Оскільки Китай мав причетність до мудрості Дао з давніх-давен, вочевидь, що китайське суспільство має особливе становище серед інших суспільств. Тому китайська традиція є оціночним першоджерелом щодо оцінки іноземних культурних традицій. Визнання християнства та ісламу як справжніх релігій передбачає їх підпорядкування стандартам китайської традиції, на що вказує, зокрема, Р. Белла [6, с. 358–374].

Винятковість Китаю доводиться також шляхом послуговування іншими аргументами. У китайських канонічних текстах конфуціансько-даоського спрямування небезпечний розлад сучасного світу інтерпретуєть-

ся як наслідок матеріалістичного способу життя західної цивілізації. Поряд з Китаєм від катастрофи є можливим на шляху ренесансу китайського традиціоналізму.

Однак, крім традиціоналістського підходу, існує універсалістський. Універсалістська парадигма передбачає поширення китайського світогляду та нормативних шаблонів за межі китайського суспільства. Китайський універсалізм – інкорпорування західних релігій у сферу традиціоналістських уявлень, завдяки чому має відбутися розширення сфери впливу даосизму на західні культури.

Інший аспект універсалізму стосується есхатологічних перспектив та формування ідеального нового світу для вірян. Духовне звільнення й просвітлення не обмежуються китайськими послідовниками. Прихильники культивування духовного життя й дотримання ідеалу істинного Дао справедливо вважають, що духовна традиція Дао в Тайвані є есхатологічною стратегією людства. Оскільки духовне оновлення світу має розпочатися в Китаї, цей універсалізм перебуває в смисловому асонансі з традиціоналізмом, який наголошує на домінації китайської культури.

Узагальнення надають змогу зробити кілька зауважень, які сприятимуть кращому розумінню складного взаємозв'язку між модернізацією й релігійними трансформаціями. Питання може бути артикульованим у контексті пояснювальної моделі ренесансу інституційних релігій на Тайвані з урахуванням тенденцій секуляризації, в основному пов'язаних з модернізацією. Адже секуляризація й релігійний ренесанс, вочевидь, не є взаємовиключними векторами.

Дифузія релігії часто відбувається синхронізовано із занепадом традиційних соціальних інститутів, з якими пов'язана так звана центральна релігія. З іншого боку, система символів, за допомогою якої соціальний і природний світ концептуалізується, втрачає своє релігійне забарвлення.

У цьому процесі релігійні легітимації реальності замінюються раціонально-сцієнтистськими. Іншим засадничим чинником дифузії релігій є диференціація культурної системи в інституційному спектрі: політичні, економічні, сімейні інституції є традиційно інтегрованими в єдину систему легітимації [1, с. 88–115].

Зростання впливовості інституційних релігій порівняно з міксованими релігіями частково пов'язано з диференціацією, оскільки релігія стає все більш диференційованою й сегментованою щодо інших соціальних інститутів. В окцидентальних культурних системах інституційна диференціація релігії відбувається паралельно із секуляризацією, що призводить, зрештою, до зменшення впливовості інституційного християнства й появи численних протестантських конфесій, призначенням яких стали раціоналізація й модернізація християнства.

Вважати твердження щодо скорочення традиційних інституціональних релігій беззаперечним навряд чи є підстави, однак, оскільки ренесанс далекосхідних релігій (буддизму, даосизму й популярних форм інститу-

ційних релігій) дає підстави говорити про кризу модернізації як на Тайвані, так і в західних соціумах.

Розв'язання цієї проблеми стає можливим на засадах розуміння доволі гетерогенних релігійних подій, які ініціюють різні обставини модернізації в Китаї й на Заході. Тимчасовий пріоритет окцидентального модернізаційного вектора може мати вирішальне значення. Проте не лише часовий термін модернізації західних суспільств сприяв підготовці цих суспільств до переходу від традиційного до модерного суспільства. Ідеться також про чинники протидії модернізації, які є закладеними від початку в аскетичну та нормалістську етику конфуціанства, яку досліджує, зокрема, В. Холмс [9, с. 12–165].

Більш важливим є соціальний факт зв'язку модернізації з результатами розвитку західного поля академічної науки та інституційного сегмента вищої освіти. У Китаї, навпаки, ініціюючі обставини транзиту від традиційного до сучасного суспільства можна зарахувати до розряду екзогенних подій. Модернізація китайської культурної системи розпочалася лише в середині XIX ст. як реакція на вплив західного імперіалізму.

Отже, модернізація не визрівала в межах еволюційного ядра китайської культури, а сприймалася як чинник дифузії автентичної китайської традиції. Це передбачає не лише поточні трансформації, а й системну еволюцію західних суспільств.

Модернізація в Китаї стала єдиним інструментом приборкання окцидентального матеріалізму та сцієнтизму. Навіть більше, вимушена модернізація створила передумови для певного розхитування етноцентризму й порушення збалансованої макроідентичності при збереженні засадничих процесуальних формоелементів: індустріалізація, урбанізація, наукова раціоналізація тощо. Континуальність модернізації в контексті культурної системи в Китаї можна вважати сумнівною порівняно з внутрішньою імплементацією раціональності в окцидентальних суспільствах.

Таким чином, засадничим вектором модернізації китайського соціуму стала вестернізація, що означає ототожнення модернізованої й сцієнтизованої культури Тайваню з меншовартісним культурним блоком порівняно з автохтонним китайським традиціоналізмом. Остання обставина надає змогу пояснити відмінності в реагуванні на модернізацію в тайському соціумі та окцидентальних соціумах.

Гіпотеза щодо зв'язку вестернізації з модернізацією в усіх незахідних суспільствах є пояснювальною моделлю щодо соціотемпоральних паралелей модернізації в різних соціальних та культурних системах. Цей парадокс може бути проінтепретованим у ракурсі розуміння фатальних наслідків вестернізації. Оскільки протофазою модернізації є вестернізацію, то глибинна модернізація є постфазою глибинної вестернізації.

Для багатьох соціумів це означає втрату їх традиціоналістської автохтонності й етноцентричного расизму. Виклики щодо останнього не можуть не спричиняти соціокультурного реактансу або ж низки реакцій, які в

англомовних джерелах прийнято називати «культурним опором». Є підстави констатувати наявність як традиціоналістського, так і інноваціоністського трендів як соціокультурних контраверсій розвитку азійських суспільств. Унаочненість модернізації є супутньою соціальному іноваціонуванню як процесу відмови від традиціоналістських нормативно-ціннісних конструктів. З іншого боку, існує запит на формування культурної ідентичності, яка є водночас континуальною й автентичною. Зазначені соціокультурні вектори є еволюційно-контраверсійними, оскільки модернізація в азійських суспільствах передбачає не глибинну, а поверхову вестернізацію. Це зумовлено тією обставиною, що дефіцит рельєфних культурних абрисів створює додаткові виклики щодо конфуціансько-даоської культурної ідентичності на феноменальному рівні свідомості [5].

Таким чином, одним з елементів релігійного синкретичного кластера є традиціоналізм. Прихильність до традиційних релігійних переконань і практик може ставати контрмодернізаційним засобом символізації культурної спадкоємності і позиціонувати жорстку етноцентричну ідентичність. Подальша концептуалізація надає змогу сформулювати припущення, відповідно до якого релігія поруч із міфологією є першопозиціонентом символіки культурної ідентичності.

Це корелює з низкою обставин, до яких можна зарахувати такі. По-перше, релігія є вищим аксіосферним сегментом культурних систем у традиційних суспільствах. Китайського соціуму це стосується перш за все, оскільки відбувається легітимація всіх соціальних інститутів (сім'я, соціальні комунікації, інститути соціалізації, етноісторію і світогляд) [1, с. 69–100].

Заміна релігійних елементів у системі смислопродукування надає змогу пояснити соціальну реальність у контексті появи культуропатичних соціальних явищ, зокрема добре відомої мертонівської аномії. Для уникнення аномії традиціоналістська система символічних інтеракцій потребує відповідних компромісів з боку ініціаторів модерністських проєктів.

Такі компроміси є важкодоступними для більшості населення, інкультурованого в традиційній системі цінностей, а тому інтерпретація соціальної реальності має відбуватися в символічних кластерах традиційної системи. Модернізація конфуціансько-даоського синкретизму в незахідних суспільствах часто відбувається у сфері економіки й технологій.

Таке периферійне модернізування, яке ініціює низку соціальних фрагментацій, спричиняє кризу в інших інститутах соціокультурної системи, які перебувають в орбіті впливу супутніх макроекономічних змін та змін, які відбуваються в інтелектуальному полі.

Така інтерпретація є актуальною й щодо релігійної дифузії ідентичності, яка індукує трансформації в традиційних соціальних інституціях. Водночас треба врахувати ту обставину, що традиціоналістські релігії утворюють свої автентичні інститути, які стають джерелами процесуальних інверсій у сфері економічних моделей та соціальної структури традиціоналістського суспільства.

Соціальна інерційність соціуму в процесі модернізації може стосуватися релігійного традиціоналізму більшою мірою порівняно з периферійними аксіосферними структурами та інституціями соціальної системи (напр., комунікації або сім'ї). Аксіосферний контекст реформування інституційних релігій передбачає збереження автономності щодо середовища соціокультурної системи. Проте, ця автономність є прихованою порівняно з іншими аксіосферними та соціоінституційними сегментами.

Висновки. Аналіз модернізації в сегменті аксіосферних структур культурної системи та релігійно-ідеологічних інституцій конфуціансько-даоського кластера свідчить, що провідну роль тут відіграє державна влада із здійсненням функції тотального контролю за релігійними культами та практиками. Зрештою, релігійний синкретизм є замкненим на фігуру імператора як першооснову державної влади.

У модернізованому суспільстві Китаю та Тайваню його роль виконує першоієрарх комуністичної партії або президент. Предметом опікування зазначених осіб в азійських соціумах є релігійні ритуали, культи та інститути. Це пов'язано з тим, що центральна влада потребує опори на традиціоналізм, основою якого є синкретична моральна доктрина конфуціансько-даоського штибу.

На мікрорівні залишаються два чітко вирізнені сегменти немодернізованої діяльності: державна служба й дозвілля. Виконуючи бюрократичні приписи, особа має дотримуватися регламенту, здебільшого виробленого й підтримуваного також конфуціанською традицією. У період структурування вільного часу можливість підтримання інших стандартів (буддійсько-даоського штибу) є більш можливим, порівняно з конфуціанським ритуалізмом. Необхідно врахувати також ту обставину, що поведінкові моделі, підтримувані конфуціанством, з певного часу стали визнавати обов'язковими для світських послідовників даосизму й буддизму.

Аналіз модернізаційного потенціалу даосизму та буддизму свідчить про його доволі низький рівень. Представники даоського й буддійського духовенства утворюють єдиний контрмодернізаційний альянс завдяки перебуванню в злитті з державною владою. Це злиття має місце попри періодичні конфлікти у зв'язку з «плагіатом» у даосизмі з буддійських текстів, які зафіксовано в даоській літературі. Попри це, ставлення до західної культури та соціальності залишається практично незмінним.

На підставі зазначеного є достатні підстави зробити висновок, що інтерпретація соціальних схем взаємодії влади та представників даоської й буддійської ієрократії як релігійно-синкретичного кластера в контексті теорій модернізації потребує деякого коригування. Конфуціансько-даоський синкретизм не завжди може бути охарактеризований саме як релігійний саме з підстав етико-політичної змістовності ключових компонентів.

Першорядним зазначене можна вважати щодо конфуціанства, яке є етико-політичною доктриною, а також частини духовенства, яке поділяло буддійську філософію пробудженої свідомості та даоську віру в досягнен-

ня тілесного безсмертя. Саме ритуальна сторона, зокрема пов'язана з шануванням предків, часто стає контрмодернізаційним складником як у конфуціанстві, так і в даосизмі. Крім того, сенс активності влади в сегменті релігійних культів і практик також має контрмодернізаційне підґрунтя.

Список використаної літератури

1. Этническая идентичность: социосистемологическое измерение геополитики : монография / Я. В. Зоська, Ю. Ю. Медведева, Ю. В. Романенко, И. А. Святненко, Н. В. Туленков, Е. А. Хомерики ; ред.-коорд. Ю. В. Романенко. Киев : Меркьюри-Подолье, 2016. 369 с.
2. Taoism. The New Encyclopaedia Britannica / by A. K. Seidel. Macropaedia. P. 1042.
3. The current situation of new religions in Taiwan. Theology and the Church. 10:2-3 Tainan, 1971. P. 1–28.
4. Popular Movements and Secret Societies in China 1840–1950 / J. Chesneaux ed. Stanford, 1972. P. 119–145.
5. Luckmann. Th. The Invisible Religion. New York : Harper, 1967. 211 p.
6. Bellah R. Religious Evolution. American Sociological Review. 1964. № 29. P. 358–374.
7. Soothill W.-E., Hodous L. A Dictionary of Chinese Buddhist. Terms, Reprint Taipei. 1970. P. 63–85.
8. Topley M. Chinese Religion and Rural Cohesion in the Nineteenth Century. JHKBRAS. 1968. № 8. P. 9–43.
9. Holmes W. The Buddhist Revival in China. Cambridge : Mass, 1968. P. 12–165.
10. Yang C.-K. Religion in Chinese Society. Berkeley and Los Angeles, 1967. P. 294–340.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2017.

Медведева Ю. Ю. Факторы и особенности религиозной модернизации в Тайване: социально-историческая ретроспектива (часть 3)

Статья посвящена проблеме модернизации конфуцианско-даосского синкретизма в Тайване при условии выделения культурной идентичности в различных социальных институтах. Анализ модернизации в сегменте аксиосферных структур культурной системы и религиозно-идеологических институтов конфуцианско-даосского кластера показывает, что ведущую роль здесь выполняет государственная власть с осуществлением функции тотального контроля над религиозными культами и практиками.

Сделан вывод о том, что, в конечном счете, религиозный синкретизм ориентирован на институт императора как первооснову государственной власти. В модернизированном обществе Китая или Тайваня его роль выполняет первоиерарх коммунистической партии или президент. На микроуровне дифференцированы два сегмента немодернизированной деятельности: государственная служба и досуг.

В процессе выполнения бюрократических предписаний личность должна соблюдать регламент, в основном совпадающий с конфуцианской традицией. В период структурирования свободного времени возможность поддержания других стандартов (буддийско-даосского содержания) является более вероятной, чем конфуцианского ритуализма.

Доказано, что модернизационный потенциал даосизма и буддизма свидетельствует о его довольно низком уровне. Представители даосского и буддийского духовенства формируют единый контрмодернизационный альянс за счет слияния с государственной властью.

Ключевые слова: модернизация, вестернизация, традиционализм, институциональные религии, даосизм, конфуцианство.

Medviedieva Y. Factors and Features of Religious Modernization in Taiwan: Socio-Historical Retrospective (Part 3)

The article is devoted to the problem of modernization of Confucian-Taoist syncretism in Taiwan, provided that cultural identity is separated in various social institutions. Analysis of modernization in the segment of the axiospheric structures of the cultural system and the religious and ideological institutions of the Confucian-Taoist cluster shows that the leading role is played by state power with the exercise of the function of total control over religious cults and practices.

It is concluded that in the final analysis, religious syncretism is oriented toward the institution of the emperor as the primary principle of state power. In the modernized society of China or Taiwan, its role is performed by the first hierarch of the Communist Party or the president. At the micro level, two segments of unmodernized activity are differentiated: public service and leisure.

In the process of fulfilling bureaucratic instructions, a person must follow the rules, which basically coincide with the Confucian tradition. During the structuring of free time, the ability to maintain other standards (Buddhist-Taoist content) is a pain likely than Confucian ritualism.

The article proves that the modernization potential of Taoism and Buddhism testifies to its rather low level. Representatives of the Taoist and Buddhist clergy form a single counter-modernization alliance by merging with the state power. This merger takes place despite periodic conflicts that occur in connection with «plagiarism» in Taoism from Buddhist texts recorded in Taoist literature. Despite this, the attitude to Western culture and sociality as an enclave of modernization remains virtually unchanged.

Key words: modernization, westernization, traditionalism, institutional religions, Taoism, Confucianism.

УДК 316.752:[316.42:141.78]

Ю. Ф. ПАЧКОВСЬКИЙ, М. П. БЛІХАР

ЦІННІСНИЙ КОНТЕКСТ АНАЛІЗУ ПОСТМОДЕРНИХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

У статті проаналізовано ціннісний контекст постмодерних соціальних змін. Серед методологічних підходів взято до уваги погляди класиків соціології (М. Вебер, Е. Дюркгайм, Т. Парсонс, П. Сорокін), а також низку концептуальних напрацювань, які виявилися продуктивними щодо аналізу ціннісних систем постмодерного соціуму (теорія постіндустріального суспільства Д. Белла, теорія третьої хвилі Е. Тофлера, теорія мережевого суспільства М. Кастельса, теорія суспільства споживання – Ж. Бодріяр, Г. Дебор, Дж. Рітцер та ін., теорія культурної травми П. Штомпки, теорія постматеріалістичного зсуву Р. Інглегарта). Зроблено акцент на важливості дослідження аксіологічного фактора, пов'язаного з формуванням нових ціннісних систем у постмодерному соціумі під впливом сучасних глобальних викликів, які стоять перед людством.

Ключові слова: цінності, ціннісний контекст, суспільні зміни, постмодерне суспільство.

Проблема нового дискурсу загальнолюдських цінностей набуває особливої ваги як важливий чинник, який повинен закласти напрям розвитку сучасного суспільства. На думку французького соціолога М. Маффесолі, для сучасної епохи характерні докорінні зміни в усіх сферах людського життя, багато соціологів визначають її як постмодерну [17, с. 9]. Наявність низки суперечливих тенденцій, а особливо соціальних змін під впливом глобалізації, уніфікації мас і масової свідомості ставить на порядок денний аналіз ціннісного контексту та його місця в аналізі соціальних змін постмодерної доби. Значне місце в розумінні сучасних ціннісно-світоглядних процесів посідають процеси модернізації та постмодернізації, що надає змогу суспільству рухатися від злиднів до багатства. Після модернізації розвиненого індустріального суспільства відбуваються значущі зрушення, передусім у цінностях, у напрямі зменшення ролі інструментальної раціональності та наростання значення процесів демократизації всіх сфер суспільного життя, економічної безпеки й індивідуальної самоактуалізації. Водночас відкритим залишається ціннісний контекст творення нових соціальних структур та систем під впливом глобальних викликів, породжених міграційною кризою, а також забезпечення безпекового простору як окремої людини, так і країни загалом.

Мета статті – проаналізувати ціннісний контекст змін у суспільстві з огляду на досягнення соціологічної думки в аналізі постмодерних соціальних змін, враховуючи сучасний дискурс розвитку українського соціуму.

У соціологічному аналізі соціальних змін ціннісний контекст (аксіологічний чинник) посідає особливе місце. Свого часу німецький соціолог М. Вебер підкреслював історичність цінностей: зі зміною епохи втрачають свою силу й цінності, на зміну їм приходять цінності іншої епохи. На його

думку, цінності впливають не лише на пізнання та оцінку явищ, а й визначають норми відносин людей, устрій суспільного життя, а також вплив на характер культури суспільства, не лише виступають мотивом людського вчинку, а й слугують фундаментальними нормами будь-яких видів дій [5, с. 628–630]. Як зазначає Р. Арон, у М. Вебера «людське життя пов'язане з необхідністю постійно робити вибір, що зумовлює систему цінностей. Джерелом цінностей не є ні емоційна свідомість, ні щось надемпіричне, трансцендентне. Вони є довільно проєктовані людиною явища, наслідок ухвал, які відрізняються за своєю властивістю від тих дій, з допомогою яких свідомість осягає реальність і встановлює істину» [2, с. 535].

Цінності в соціологічному дискурсі не лише пов'язані з людським вибором, а і є, на думку французького соціолога Е. Дюркгайма, головними «рушійними» поведінки людини та ціннісними ідеалами, на яких формуються та ґрунтуються цивілізації [8, с. 298]. Він зазначав, що народження цінностей є соціальним, адже суспільство – те середовище, де створюються цінності. Відповідно, кожна спільнота пропонує чи накидає нам систему цінностей. Світ цінностей, з яким ми в кінцевому випадку пов'язані, – водночас плід групової й індивідуальної творчості [2, с. 536].

Система цінностей існує в кожній соціальній системі. Американський соціолог Т. Парсонс говорить про соціальні цінності як про «загальноприйняті уявлення про бажаний тип соціальної системи» [16, с. 18], що є продуктом, передусім, культурної традиції [22]. Для нього цінність – це свого роду нормативний стандарт, який визначає бажану поведінку системи щодо її оточення. На думку Т. Парсонса, система цінностей одночасно об'єднує й розділяє людей, сприяючи виникненню соціальних класів, верств, етнічних груп, націй і народів. Вона утворює «колективний портрет» спільнот, зумовлює їх своєрідність, відмінність. Те, що прийнятно для одних спільнот, виявляється неприйнятним для інших. Неприйняття цінностей – це свого роду шлях до проявів аномії та соціальних девіацій (Р. Мертон). Коли цінності (культурні), як цілі людської діяльності, збігаються з інституційованими засобами, це свідчить про стабільність суспільства й нормальне функціонування його систем [18, с. 135].

Соціокультурний аспект аналізу цінностей особливо повно представлений у працях П. Сорокіна, для якого цінність є основою й фундаментом будь-якої культури, неодмінним аспектом усіх соціокультурних явищ [20]. У 50–60-х рр. ХХ ст. триває процес пошуку та визначення ключових цінностей для порівняння різних культур. Відомим є підхід К. Клакхона, який виокремив три групи культурних цінностей: цінності, що стосуються місця людини в природі («людина і природа»); цінності, що стосуються міжособистісних відносин («людина і людина»), та цінності, що стосуються як відносин людини й природи, так і міжособистісних відносин («про людину і про природу»). Науковець вважав, що всі культури можна охарактеризувати за допомогою властивих їм ознак у цих групах. Важливим висновком реалізованих у цей період соціокультурних досліджень був такий: суспільство може мати цінні-

сні преференції, адже, на думку Ф. Клакхона і Ф. Стродбека [7], існує велике розмаїття в межах однієї культури, і всі культури будуть виражати всі можливі вимірювання цінностей у певний час певними людьми.

Наприкінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. проблема цінностей набула особливої актуальності в поєднанні з динамікою соціальних і поколіннєвих змін. Цьому передували аналіз культурних змін у розвиненому індустріальному суспільстві, проведених американським соціологом Р. Інглгартом, засновником теорії постматеріалістичного зсуву в сучасному суспільстві, а також теорія базисних цінностей («Theory of Basic Human Values TBHV») заслуженого професора Єрусалимського університету Ш. Шварца. Так, Р. Інглгарт [див. 9] для аналізу культурних змін у поглядах, коли молоде покоління поступово замінює старе серед дорослого населення, використовує велику кількість даних емпіричних обстежень, що проводили у 26 країнах у 1970–1988 рр. Культурні зміни він аналізує в релігійних віруваннях, мотиваціях у роботі, у ставленнях до дітей і сім'ї, до політичних конфліктів тощо. Під культурними зрушеннями розуміє не тільки зсув у напрямі від матеріалістичних (орієнтація особистості або соціальної групи переважно на економічну й фізичну безпеку) до постматеріалістичних цінностей (коли на перший план людина висуває самовираження та якість життя), а й ширший культурний зсув у різних сферах життєдіяльності сучасної людини. Іншими словами, ціннісна зміна зводиться до заміни «старих» цінностей «новими», що пов'язані із соціально-економічним поступом. Це творить підґрунтя для подальшого розвитку людського суспільства в напрямі утвердження гендерної рівності, демократичних свобод, нових моральних норм та цінностей. Зі свого боку, Ш. Шварц [14] особливу увагу приділяв визначенню універсального набору цінностей і структурі їх взаємозв'язку. Для нього цінності особистості існують на рівні нормативних ідеалів (відбивають життєві принципи поведінки людини). Другий рівень цінностей – це індивідуальні пріоритети (залежать від групового тиску й співвідносяться з конкретними вчинками людини).

Крос-культурні дослідження в управлінській та бізнесовій сферах, реалізовані голландськими дослідниками Ф. Тромпенаарсом та Г. Хофстеде, дістали назву прикладного підходу в дослідженнях ментально-культурних цінностей. Це надало змогу не лише виокремити типи ділових культур (Ф. Тромпенаарс), визначити систему показників для оцінювання міжкультурних відмінностей, а й емпіричним шляхом показати, що національні моделі менеджменту є різними в окремих регіонах світу та подібними в країнах, розташованих неподалік одна від одної (Г. Хофстеде) [1, с. 174]. Реалізовані дослідження дали змогу розглядати цінності як узагальнені уявлення, погляди, норми чи переконання людини, що втілюють історичний досвід та в концентрованому вигляді виражають сенс культури окремого етносу та всього людства. Цінності є своєрідним індикатором людського поступу, ніколи не виступають розрізнено, вони завжди утворюють певну цілісну систему. Система цінностей включає в себе різні групи цін-

ностей, які утворюють внутрішній стрижень культури, суспільства загалом. Кожне суспільство має свою специфічну структуру цінностей, свої «базові» цінності, які визначають його подальший розвиток, місце в глобальних соціальних і політичних системах.

Соціальні зміни сучасності перебувають під значним впливом глобалізаційних процесів. Глобалізація попри певні позитиви, що мали місце, передусім, в економічній сфері та у сфері «проникнення західної моделі розвитку, західного способу життя і західних цінностей» (З. Бауман), виявила низку суперечливих тенденцій та явищ. Лауреат Нобелівської премії з економіки Дж. Стігліц констатує, що «однією з причин опору глобалізації є те, що вона, як здається, підриває традиційні цінності. Конфлікти тут є цілком реальними і, до певної міри, вони неминучі. Економічне зростання, включно з тим, яке спричиняється глобалізацією, своїм наслідком має урбанізацію, руйнування традиційних сільськогосподарських суспільств. На жаль, досі ті, хто є відповідальними за упровадження глобалізації, схвалюючи її позитивні результати, все ще надто часто недооцінюють її негативного боку, – загрози культурній ідентичності та цінностям» [23, с. 232]. У цьому контексті українська дослідниця О. Малахова говорить про ціннісно-орієнтаційну розгубленість людини, викликану процесом глобалізації, адже вона підриває внутрішню стабільність культур та деформує її. Проте, «вплив глобалізації на систему цінностей не є однозначно негативним, а має й позитивні моменти, адже глобалізація відкриває більш широкий доступ до цінностей національних культур, сприяє їх взаємозбагаченню» [13, с. 117]. На її думку, одним з наслідків культурної глобалізації є змішування цінностей – метисаж. Так формуються нові ціннісні системи – певного роду гібриди, які збагачують кожную з культур та об'єднують світ у боротьбі з глобальними проблемами [13, с. 118–120].

Існування суперечливих думок щодо процесу та наслідків глобалізації породжує й різні наукові підходи в інтерпретативному дискурсі перспектив людської цивілізації. Тим більше, що до сьогодні немає загальнови znаної концепції глобалізації. У різних суспільствах та наукових дисциплінах цей термін має своє специфічне значення. Зокрема, дуже часто глобалізацію розуміють як процес взаємозближення країн, їх інтеграції на економічному, політичному, культурному, технологічному та інших рівнях. Важливим є виокремлення тих аспектів, які розкривають місце й роль цінностей у сучасному суспільстві. У цьому аспекті привертає увагу низка теоретико-соціологічних підходів, які, на наш погляд, є продуктивними в аналізі ціннісного контексту постмодерного соціуму, зважаючи на трансформаційні процеси, які відбуваються в сучасному українському суспільстві. Серед цих підходів такі, як: теорія постіндустріального суспільства Д. Белла, теорія третьої хвилі Е. Тоффлера, теорія мережевого суспільства М. Кастельса, теорія суспільства споживання (Ж. Бодріяр, Г. Дебор, Дж. Рітцер та ін.) та теорія культурної травми П. Штомпки.

Американський соціолог Д. Белл у своїй теорії постіндустріального суспільства аналізує процес глобальних змін, передусім, на основі інфор-

маційних змін. На його думку, нові глобальні зміни потребують утвердження нових ціннісних орієнтацій, а в кінцевому випадку – трансформації ціннісної системи сучасного суспільства. Серед ціннісних пріоритетів постіндустріального суспільства – знання та інформація. Основою суспільних перетворень стали ідея прогресу, особистісної свободи та креативності [4, с. 22]. На вагомому місці знання в суспільстві майбутнього – інформаційному – звертає увагу автор теорії третьої хвилі Е. Тоффлер, для якого «майбутнє кожного – практично цілком і повністю залежить від здобутої ним освіти» [25, с. 431], адже знання та творчі здібності – єдине, що взагалі становить цінність. У розвиток ідей інформаційного суспільства особливого значення набувають ідеї іспанського соціолога М. Кастельса, який вводить поняття «мережеве суспільство» й говорить про сучасні комунікації мережевого типу, які творяться на основі Інтернету [див. 10]. Мережеве суспільство має глобальний характер, що призводить до зростання кількості й ролі інформації, яка не є знанням як таким, а комунікацією, операцією трансляції символів. Як наслідок, підміна об'єктивної й суб'єктивної реальності – реальністю віртуальною. Це, зі свого боку, унаслідок організаційної та просторової складності віртуальних мереж ускладнює дослідження її ціннісних систем відповідно до їх надіндивідуального характеру. Сьогодні аксіосфера мережевого суспільства потребує ґрунтовного осмислення та дослідження, які сьогодні, по суті, перебувають у зародковому стані. На це звертає увагу П. Кравченко, говорячи про те, що релігія, мораль, цінності, мова, традиції хоча й сприяють внутрішній консолідації локальних соціальних груп, у світовому масштабі нерідко перетворюються на джерело розбіжностей та соціальних конфліктів. На його думку, надіндивідуальні мережеві структури соціальної взаємодії відіграють роль «невидимої руки», сутність дії якої зводиться до появи таких артефактів соціального життя, які не прогнозувалися й не планувалися, але які здатні впливати на трансформацію соціальної структури [11, с. 16].

Доба постмодерну – це пошук відповідей щодо відшукування людиною власних сенсів своєї екзистенції на шляху збереження власної індивідуальної неповторності під впливом продуктів глобальної масової культури. Споживання в цьому процесі стає провідним чинником, який уніфікує дії людей, породжує такі явища, як «макдональдизація» (Дж. Рітцер) та уніфікація споживчих практик. Основними цінностями масового споживання стають ефективність, розрахунковість, передбачуваність та контроль. Стає все очевидніше, як зазначає В. Танчер, що наслідком культурної глобалізації є не тільки певна вестернізація («кока колонізація» й тому подібний синонімічний ряд), але й нові відносини між глобальним і локальним (місцевим, регіональним, національним) у культурному світі [24]. Це породжує нове «ціннісне переосмислення». В економічно розвинутих країнах зростає тенденція до сталого споживання, що передбачає зміну поведінки споживачів від незбалансованих (неекологічних) форм до збалансованих, ощадних та екологічно виправданих (концепція збалансованого споживання).

Таке споживання – це, передусім, споживання з думкою про майбутні покоління й зорієнтоване на збереження й раціональне використання природних ресурсів, охорону здоров'я та навколишнього середовища. У сучасному світі зростає цінність зелених (екологічних) товарів, а також підхід до виваженого ставлення до купівлі, різноманітного використання вже придбаних речей тощо. Формується нове поняття «міри» як цінності, здатної протистояти незбалансованому, нерозбірливому споживанню.

Процеси глобалізації не лише охоплюють економічні системи, а й творять нові політичні та державні об'єднання. Формування багатополюсної системи світу породжує багато спірних питань щодо можливого розвитку світового простору в майбутньому. Зокрема, єврооптимісти розширення Європейського Союзу (ЄС) розглядають у категоріях «мультикультуралізму», «відкритого суспільства», «спільної європейської ідентичності» [3]. У цьому процесі великої ваги надають ідеології, що побудована на сповідуванні спільних цінностей. Як приклад, процес творення ЄС, що уособлює ціннісний консенсус. У процесі дифузії цінностей великого значення набувають такі чинники, як рівність, справедливість та повага до культурної відмінності [27, с. 41]. Ідея спільної Європи базується, передусім, на християнських цінностях. Проте шлях до опрацювання спільних європейських цінностей потребує розуміння спільних викликів щодо міждержавної та міжкультурної інтеграції. Якщо на початку створення ЄС такими об'єднувальними цінностями були мир, солідарність, підвищення рівня життя (Договір про створення Європейського Співтовариства Вугілля і Сталі, 1951), то в Лісабонській угоді (нова базова угода щодо принципів функціонування Європейського Союзу) від 13 грудня 2007 р. як базові цінності ЄС вказано свободу, демократію, рівність, плюралізм, толерантність, справедливість, солідарність, рівність чоловіків та жінок, повагу до людської гідності, прав людини, відсутність дискримінації.

Проте інтеграції цінностей протистоять процеси дезінтеграції та євроскептицизму, що в європейському контексті стимулює позитивне ставлення до національного суверенітету, культурної самобутності, децентралізації влади, протекціонізму. За таких умов ціннісна картина набуває мозаїчного характеру, адже існують ризики хаосу й самого існування ідеї об'єднаної Європи. З іншого боку, процес соціальних змін, який охопив країни колишнього Радянського Союзу, є достатньо різновекторним за оцінками та результатами. Це відкрило шлях до формулювання концепції культурної (соціальної) травми П. Штомпки [див. 26]. Соціальна травма зумовлена, насамперед, руйнуванням ціннісних основ звичних символів, смислів і значень соціальної реальності. Травматичність радикальних соціальних трансформацій виникає з їх раптовості для більшості людей і з їх тотальності, оскільки вони зачіпають усі сфери соціальної життєдіяльності, докорінно змінюючи характер повсякденності.

Процес модернізації, який охопив східноєвропейські країни, зокрема Україну, поставив важливе питання: чи всі східноєвропейські суспільства можуть досягти рівня розвитку й матеріального добробуту західних країн

за однією універсальною культурною програмою? Відповідь на це запитання залишається відкритою. Як слушно зазначає Ю. Савельєв, дослідження модернізації окремих суспільств демонструють особливості національних культурних програм, зокрема, цінностей, які не змінюються під впливом економічного розвитку й збільшення добробуту населення. Так, у Росії, незважаючи на стрімке зростання доходів, у суспільстві «панує» «пінзньоетакратична» нормативно-ціннісна система». В Україні за значно скромнішого економічного зростання відсутні суттєві зміни в ціннісних пріоритетах, зокрема, цінностях самореалізації; за характером ціннісних орієнтацій (методика Ш. Шварца) Україна відрізняється від більшості європейських країн; їй притаманна висока оцінка авторитаризму, яка має позитивну динаміку [21, с. 137]. Це свідчить про те, що не в усіх випадках економічний поступ та зростання мають однозначний вплив на зміну ціннісних систем у напрямі постматеріалістичних, як це показано в дослідженні Р. Інглєгарта. У сучасних умовах його ціннісна система потребує низки уточнень. Зокрема, звертається увага на те, що залежність морально-духовних цінностей від економічних чинників є неоднозначною, адже духовна складова великою мірою зумовлена системою цінностей родини, у якій виховано особистість, моральними принципами її авторитетів, навчанням, ціннісними традиціями соціуму, ментальністю народу.

Аналіз динаміки ціннісних орієнтацій населення України за перші десятиліття незалежності показав, що відбувалося посилення вітальних цінностей, які становлять ядро ціннісної свідомості громадян, а також низький рівень прихильності до цінностей самоствердження та «відкритості до змін» [12]. На думку українського соціолога Є. Головахи, досвід реформування економіки та політичної системи сучасної України зумовлений, насамперед, невідповідністю цінностей та норм суспільного життя сучасним цивілізаційним вимогам. Ціннісна свідомість, притаманна більшості населення України, ще й досі ґрунтується переважно на традиціоналізмі та консерватизмі, не зазнавши суттєвих змін за роки незалежності [6, с. 131]. Проте важливим висновком українських дослідників ціннісного дискурсу є констатація того факту, що за своїми цінностями найбільше серед інших поколінь вирізняється покоління «незалежності». Це можна пояснити, на думку Л. Новікової, тим, що все більше молодих людей орієнтуються на власні зусилля як фактор досягнення життєвого успіху й готові розвивати свої вміння, компетентності. На її думку, міжгенераційний ціннісний зсув для українського суспільства простежується стосовно поколінь радянського суспільства та покоління незалежної України, тоді як для європейських суспільств він яскраво відобразився у відмінностях між довоєнним і післявоєнним поколіннями [15, с. 30].

Глобальні процеси породжують глобальні виклики, які в сучасному суспільстві набувають чітко окреслених форм. Сьогодні ціннісна система суспільства опинилася під загрозою небезпек, пов'язаних з міжнародним тероризмом, кіберзлочинністю, міграційними викликами глобального ха-

рактеру. Проблема національної безпеки, безпеки життя людини й суспільства набуває ціннісного змісту, ставить на порядок денний виживання цивілізованого світу. У результаті соціальних змін і соціальних трансформацій відбулися кардинальні зміни в суспільній свідомості. Зростання невідзначеності, невпевненості, конфліктогенності тощо змушує інтелектуалів замислитись над природою кризових явищ і пріоритетами подальшого розвитку людства. Одним із шляхів подолання глибоких суперечностей у суспільстві, на думку німецького соціолога Г. Клагеса, є «ціннісний синтез», коли старі й нові цінності не обов'язково перебувають в опозиції одна до одної, а можуть у ментальності багатьох людей створювати продуктивну взаємодію й відповідним чином мати прояв у їхній реальній поведінці [19]. Таким чином, ставиться питання про еволюційний шлях трансформації ціннісних систем на основі їхньої доцільності не лише для поступального розвитку людства, а й для його убезпечення від реальних та можливих у майбутньому безпекових загроз.

Висновки. Проблема ціннісного контексту аналізу суспільних змін у сучасному суспільстві є достатньо варіативною. Варто констатувати, що в соціологічному дискурсі сьогодні сформовано кілька підходів до їх аналізу. Привертає увагу те, що напрацювання класиків соціології знаходять своє логічне продовження в новітніх теоретичних пошуках та інтерпретаціях. Особливо це стосується постмодерного соціуму, який сьогодні перебуває під впливом глибоких трансформацій. Як наслідок, з одного боку, постає питання про пошуки «ціннісного консенсусу» на основі «ціннісного синтезу» старих та нових ціннісних систем, з іншого – актуальним залишається динамічний аналіз ціннісних змін відповідно до актуальних викликів, що стоять перед людством. Це породжує ситуацію, коли необхідно враховувати специфіку розвитку кожного суспільства, його стратегічні цілі поступального розвитку. Серед загальних тенденцій у сучасних умовах набувають поширення ідеї демократичних цінностей та цінностей громадянського суспільства, перехід від матеріальних до постматеріальних цінностей, відхід від уніфікації цінностей «масового» суспільства (суспільства споживання) до глибоко індивідуалізованих цінностей самоактуалізації. На порядок денний виходять проблеми «ціннісного вибору», що в глобалізованих суспільствах спирається на узгодження тенденцій «оптимізму-песимізму» та забезпечення безпекового простору для людської екзистенції на основі зменшення травматичної дії швидких соціальних змін. Виникнення «мережових суспільств» – це ще один виклик для людства, адже доба інформації та знання породжує нові інформаційні технології, що впливають на соціум, формує нові ціннісні системи, які розвиваються за власною логікою «невидимої руки». Відповіддю на глобальні виклики, які стоять перед сучасним соціумом, може стати зростання значущості духовних (моральних) цінностей, покликаніх зробити акцент на відповідальності у своїх діях людини (соціальних груп чи соціальних інституцій) перед суспільством.

Список використаної літератури

1. Андрущенко А. О. Вплив культури на менеджмент у різних країнах. *Європейські перспективи*. 2014. № 5. С. 173–180.

2. Арон Р. Етапи розвитку соціологічної думки / пер. з фр. Г. Філіпчука. Київ : Юніверс, 2004. 688 с.
3. Артёмова Є. С. Геополітичний дискурс європейської інтеграції. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?...2... (дата звернення: 21.11.2017).
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва : Academia, 1999. 787 с.
5. Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давидова ; предисл. П. П. Гайденко. Москва : Прогресс, 1990. 808 с.
6. Головаха Є. І. Модернізація й зміна системи цінностей в українському суспільстві (Матеріали круглого столу). *Економіка і прогнозування*. 2013. № 1. С. 130–131.
7. Данилова Т. В. Теорія ціннісних орієнтацій Ф. Клакхон і Ф. Стробека. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/12514/1/Danylova.pdf> (дата звернення: 21.11.2017).
8. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / пер. с фр., сост., послесл. и прим. А. Б. Гофмана. Москва : Канон, 1995. 352 с.
9. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. Москва : Новое издательство, 2011. 464 с.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
11. Кравченко П. А. Ціннісні орієнтації соціальної архітекτονіки глобальних соціальних мереж у сучасному соціумі. *Філософські обрії*. 2016. № 35. С. 10–18.
12. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения Украины в европейском контексте. URL: <http://polit.ru/article/2007/07/16/10values/> (дата звернення: 21.11.2017).
13. Малахова О. М. Цінності культури в умовах глобалізації. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2014. Вип. 7. С. 116–121.
14. Мейжис І. А. Цінності і соціальна еволюція суспільств. URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/sociology/2008/84-71-3.pdf> (дата звернення: 21.11.2017).
15. Новікова Л. Ціннісні відмінності поколінь в сучасному українському суспільстві. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія*. 2015. Вип. 1. С. 23–31.
16. Парсонс Т. П. Система современных обществ / пер. с англ. Л. А. Седова и А. Д. Ковалева ; под ред. М. С. Ковалевой. Москва : Аспект Пресс, 1998. 270 с.
17. Плющ В. А., Танчер В. В. Трансформація політичного в етичне: Мішель Маффесолі про моральні цінності постмодерного соціуму. *Український соціум*. 2017. № 2. С. 9–19.
18. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 688 с.
19. Ручка А. Ціннісна зміна як провідна тема сучасного соціологічного аналізу. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/25-ruchka.pdf (дата звернення: 21.11.2017).
20. Ручка А. О. Інтегралістська соціологія Пітирима Сорокіна. *Соціологічна теорія: традиції та сучасність* : навч. посібник / за ред. А. О. Ручки. Київ, 2007. 363 с.
21. Савельєв Ю. «Емансипаційні цінності» і «спроможність вибору» в розумінні модернізації. Модернізаційні процеси та трансформація цінностей (Матеріали круглого столу). *Економіка і прогнозування*. 2013. № 1. С. 136–137.
22. Семенченко Ф. Г. «Цінність» як предмет соціально-гуманітарної науки: теоретико-концептуальний підхід аналізу проблеми цінностей. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vknu/FP/2010_100/p_057_061.pdf (дата звернення: 21.11.2017).
23. Стігліц Дж. Глобалізація та її тягар / пер. з англ. А. Іщенко. Київ : Академія, 2003. 252 с.
24. Танчер В. Мультикультурні проблеми соціального світу, що глобалізується. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/28-tancher.pdf (дата звернення: 21.11.2017).
25. Тоффлер Э. Шок будущего : пер. с англ. Москва : АСТ, 2002. 557 с.
26. Штомпка П. Культурная травма в посткоммунистическом обществе (статья вторая). *Социологические исследования*. 2001. № 2. С. 3–12.

27. Węgrzyn-Odziob L. Wartości jako element konstrukcyjny europejskiej tożsamości kulturowej. *Narodowe czy wspólnotowe? W poszukiwaniu europejskich wartości* / red. naukowa D. Gizicka. Lublin : Instytut Sądecko-Lubelski, 2012. S. 35–58.

Стаття надійшла до редакції 06.12.2017.

Пачковский Ю. Ф., Блихар М. П. Ценностный контекст в анализе постмодернистских социальных изменений

В статье раскрывается ценностный контекст постмодернистских социальных изменений. Среди методологических подходов рассмотрены взгляды классиков социологии (М. Вебер, Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, П. Сорокин), а также ряд концептуальных разработок, которые оказались продуктивными в анализе ценностных систем постмодернистского социума (теория постиндустриального общества Д. Белла, теория третьей волны Э. Тоффлера, теория сетевого общества М. Кастельса, теория общества потребления – Ж. Бодрийяр, Г. Дебор, Дж. Ритцер и др., теория культурной травмы П. Штомпки, теория постматериалистического сдвига Р. Инглхарта). Сделан акцент на важности исследования аксиологического фактора, связанного с формированием новых ценностных систем в постмодерном социуме под влиянием современных глобальных вызовов, которые стоят перед человечеством.

Ключевые слова: ценности, ценностной контекст, общественные изменения, постмодерное общество.

Pachkovskyy Y., Blikhar M. Value Context of Analysis of Postmodern Social Changes

The article analyzes the value context of postmodern social changes. Among the methodological approaches the views of the classics of sociology (M. Weber, E. Durkheim, T. Parsons, P. Sorokin) are taken into account, as well as a number of conceptual developments that proved to be productive in relation to the analysis of value systems of the postmodern society (the theory of post-industrial society D. Bell, the theory of the third wave of E. Tofler, the theory of the network society of M. Castells, the theory of society of consumption – J. Bodrijar, G. Debor, J. Ritzer etc., the theory of cultural trauma of P. Shtompky, the theory of postmaterialist shift of R. Inglegart). The emphasis is placed on the importance of studying the axiological factor associated with the formation of new value systems in the postmodern society under the influence of contemporary global challenges facing humanity.

Researches of the classics of sociology got its logical continuation in the latest theoretical searches and interpretations. This is especially true for the postmodern society, which today is under the influence of deep transformations. As a result, on the one hand, the question arises about the search for a «value consensus» on the basis of «value synthesis» of old and new value systems. On the other hand, a dynamic analysis of value changes remains in line with the actual challenges facing humanity. It creates a situation when it is necessary to take into account the specifics of the development of each society, its strategic goals of steady development.

Among the general trends in nowadays conditions are the dissemination of ideas of democratic values and values of civil society, the transition from material to post-material values, the departure from the unification of the values of «mass» society (consumer society) to deeply individualized values of self-actualization. The problems of «value choice» emerging on the agenda, which in globalized societies, are based on the harmonization of the trends of «optimism-pessimism» and the provision of a security space for human existence on the basis of reducing the traumatic effects of rapid social change.

The emergence of «network societies» is yet another challenge for humanity, because the information and knowledge generation generates new information technologies that affect the society, forms new value systems that develop on their own logic of the «invisible hand». The answer to the global challenges facing the modern society is to increase the significance of spiritual (moral) values that are intended to focus on the responsibility of people (social groups or social institutions) in society's actions.

Key words: values, value context, social changes, postmodern society.

УДК 316.422

В. В. ЩЕРБИНА

СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ІДЕОЛОГІЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ

На сьогодні спостерігається спроба створити штучну концепцію національної ідеї, однак це потребує вивчення не тільки суто прагматичних методичних підходів до розбудови національних ідеологічних концепцій у розвинених країнах, а й теоретичного підґрунтя та соціально-філософських засад відповідних суспільних трансформацій.

Ключові слова: концепція, ідеологія, трансформація, національна ідеологічна концепція.

Українському суспільству знадобилося декілька років для усвідомлення того факту, що демократія та лібералізм не означають відсутності загальнодержавної ідеології. Навпаки, поряд з ідеологією загальнодержавною демократичний уклад суспільства передбачає існування низки професійних ідеологій, ідеологій галузей науки, мистецтва, інших сфер діяльності. Сама ж ідеологія, крім смислоутворювального значення, покликана виконувати функцію концептуального захисту національних інтересів. Якщо ж у країні спостерігається так званий ідеологічний вакуум, то суспільство стикається з певним рядом наслідків (зокрема криміногенних) [1].

У працях І. Рисмухамедова розглянуто проблеми ідеологізації в контексті теоретичного осмислення, однак науковець виявив певну негативну тенденцію щодо цього процесу. Так, він зазначає, що сучасне обговорення проблеми ідеології в літературі бере витoki від популярної на початку 1990-х рр. парадигми «деідеологізації» й переоцінює ідеологію як ваговитий чинник суспільно-політичного життя. Вочевидь, що для такого переосмислення ідеології потрібні адекватні концептуальні засоби [2, с. 7].

Мета статті – теоретичний аналіз виникнення та трансформації процесу формування ідеологічних концепцій і переосмислення самої ідеології як одного з елементів наукового дослідження.

Ідеології, такі як фашизм, фемінізм, екологізм, претендують на глобальність, проте їх можна зарахувати до приватних ідеологій. Втім, деякі з них надалі можуть перетворитися на глобальні ідеології.

Існують три групи глобальних ідеологій (або мегаідеологій): лібералізм, консерватизм і соціалізм. Ці групи ідеологій тому і є глобальними, що захищають якусь одну з найважливіших для людини цінностей. Для лібералізму головною цінністю є свобода, для консерватизму – порядок, для соціалізму – справедливість. Усі ці мегаідеології мають своє коріння в самому естві людини. Кожен індивід нагромаджує досвід поколінь предків (консерватизм), прагне бути вільним (лібералізм) і жадає справедливості (соціалізм).

На думку Б. Ісаєва, період між серединою XIX ст. і серединою XX ст. було часом «класичних» форм глобальних ідеологій. Власне, майже все те, що повідомляють про ідеології в наші дні, стосується саме «класичних» форм [3, с. 351].

У результаті модернізації західноєвропейських, а потім і північноамериканських суспільств відбувалася цікава трансформація ідентичності в культурному, ментальному та ідеологічно-психологічному самовизначенні цих суспільств. У загальному вигляді можна сказати, що самоусвідомлення тієї частини світу, яка сьогодні дістала назву «Європа» і яка включає в себе досить значну кількість досить відмінних і мало сумісних між собою країн, відбувалося в двох одночасно і схожих, і відмінних опозиціях: перша опозиція виявлялась як тотальне заперечення середньовічної Європи. Остання розглядається як місце й час, у яких панують безкультур'я, дикість, варварство, неучтво, забобонність, почуттєво-психологічні механізми самовизначення й поведінки людини, грубі естетичні смаки, важка підневільна праця тощо, тобто як суспільна та безпросвітна «тьму-таракань», яку можуть і зобов'язані привести до нормального людського культурного і цивілізованого стану наука, просвіта та промислова індустріалізація, в основі яких лежить раціональне мислення, закони й логіка, що протистоять усьому почуттєво-психологічному, випадковому, бездумному, безмістовному, інтуїтивному, настроєвому, наперед непродуманому й непрорахованому; на додаток до цієї опозиції своєму власному внутрішньому світу, який хоч і розглядається чужим і ворожим, все ж залишається рідним, відносно зрозумілим і хоч би частково виправданим, формується опозиція до зовнішнього світу, який нагороджується ще більш негативними характеристиками й несе в собі ще більшу загрозу власне європейській цивілізації, яка, стаючи все більш очевидною й зрілою, починає сприйматися як єдиний острів благополуччя в бурхливому морі окремих викликів і потенційних загроз, що оточує Європу. У цьому аспекті Європа, а точніше європейська ментальність, стає досить схожою (ідентичною) античному сприйняттю і оцінюванню, і зовнішнього світу. Адже Стародавні Греція та Рим також розглядали та сприймали себе як островки цивілізації й культури в морі дикості та варварства (особливо показовою в цьому аспекті є позиція Сократа, який віддавав перевагу добровільному отруєнню, аби тільки не бути висланим з Афін). Для цього були певні підстави. Але якщо бути по-справжньому об'єктивним і чесним, підстави ці є насправді є лише в контексті того ж таки західноєвропейського оцінювання ситуації, тобто є нічим іншим як культурно-ідеологічним європоцентризмом. Додатково в них утримується, просувається й утверджується думка, що європейська культура та цивілізація є найкращими з можливих, а всі інші – чи недокультура, чи недоцивілізація.

Мислителі й теоретики Західної Європи сприймають формування капіталізму та промислової цивілізації як єдино можливі, законні й виправдані форми реалізації цих процесів, тобто визначають європейський раціоналізм як єдино можливу форму продуктивного істинного та прогресивного мислення взагалі, а рішучий розрив із допромисловими суспільствами розглядають як єдино можливу форму становлення й подальшого розвитку модерну як такого. Проте все це, як і подібні їм інші суспільні явища, ніколи не буває настільки очевидним, аби обійтись без культурно-ідеологічної

словесно-символічної легітимізації. Тільки в результаті такої операції ці думки стануть не лише самоочевидними, а й виправданими, ніби доведеними, зречевленими в певній сукупності комунікативних текстів. Іншими словами, серед механізмів своєї легітимізації й легалізації, аби стати органічним, законним, само собою зрозумілим і невід'ємним елементом буржуазної культури, мислення та способу життя.

Що таке ідеологія, існують розбіжності. Можна погодитись із зауваженням К. Маркса щодо того, що немає в суспільних науках проблеми, тлумачення якої були б настільки заплутаним. До речі, самим К. Марксом. На його думку, «ідеологія – це процес, який здійснює так званий мислитель, хоча й зі свідомістю, але зі свідомістю хибною. Справжні спонукальні сили, які приводять його в рух, залишаються йому невідомими, у противному разі це не було б ідеологічним процесом. Він створює себе, отже, уявлення про хибні або спонукальні сили, що видаються. Оскільки йдеться про розумовий процес, то він і виводить як зміст, так і форму його з чистого мислення – або зі свого власного, або з мислення своїх попередників» [4]. В іншому місці ідеологію він же розуміє і як адекватне відображення тих матеріальних умов, у межах яких формується, будучи достатньо адекватним їх віддзеркаленням: «...як будь-яка нова теорія, соціалізм (він розуміється як науково-ідеологічна трансформація дійсності. – *Авт.*) повинен був виходити з наповненого до нього ідейного матеріалу, хоча його корені (а отже, і корені соціалістичної ідеології. – *Авт.*) лежали глибоко в матеріальних економічних інтересах» [4, с. 107], – одночасно ідеологія в нього є: практичним політичним проектом задля практичного перетворення дійсності: «вона (ідеологія. – *Авт.*) є лише справжнім виразом справжніх відносин класової боротьби» [2]. Ідеологія, отже, є і хибною свідомістю, і класовим світоглядом, і наукою, і технологією політичної боротьби, і засобом масового виховання, і механізмом мотивації до класової боротьби, і проектом соціальної реконструкції дійсності, і ще багато чим, на підставі чого вона остаточно втрачає свій хоч би який-небудь точний і конкретний зміст. З погляду такого відомого французького структуро-марксиста, як Л. Альгюссер, «ідеологія як система уявлень (не знань, а практичної мотивації до дії. – *Авт.*) відрізняється від норми тим, що в ній практичне спрямування перевалює над теоретичним», його співвітчизник Р. Арон вважає, що політична ідеологія завжди змішує, більш чи менш вдало поєднуючи, судження фактів і судження цінностей. Вона виражає історичну перспективу та прагнення майбутнього. Тому вона не має альтернативи істинного й хибного. Це – скоріше безперервний діалог, ніж щось остаточно доведене [5, с. 29–31].

Р. Будон вважає, що це наукоподібна форма колективної (суспільної) свідомості, яка виникає тоді, коли деякі суто академічні (теоретичні) концепції починають функціонувати як деякий соціальний ресурс пізнання, споглядання, пояснення, оцінювання, мотивації чи мобілізації. При цьому академічна теорія втрачає свою наукову, властиву їй до того, чистоту й цнотливість, дещо схематизується та вульгаризується, що обов'язково трапляється тоді, коли деякий продукт стає засобом масового споживання,

вживання чи використання. Разом з тим він набуває практичної продуктивності. Дієвості, стаючи рушійним інструментом чи засобом колективного соціального праксису [6, с. 29–59].

Ідеологію не можна вважати наукою, правдою чи істиною, вона не піддається науковій верифікації. Разом з тим її не можна вважати й хибною, відчуженою чи спотвореною свідомістю, сформованим колективним матеріальним інтересом вузькоєгоїстичного спрямування. Ідеологія, отже, лежить десь на півдорозі поміж власне наукою (теорією) і власне суспільним колективним праксисом як один з його (праксису) інструментів. Щоправда, у самого Р. Будона ідеологія скоріше виникає тоді, коли чиста теорія «спускається» й запліднює соціальну практику. На наш погляд, вона можлива і на півдорозі вгору, до теорії, коли піднімається від колективної психології й здорового глузду до теоретичної обробки набутих у реальному життєвому процесі знань і досвіду. Це найшвидше та ситуація, коли реалізується формула від чуттєвого споглядання до абстрактного мислення, а від нього – до соціальної практики.

Справді, деякі ідеології походять від академічних теорій: соціалістичний, анархістський, тендерний, студентський – середини минулого століття, а також антивоєнний і антиядерний рухи. Деякі навпаки: спочатку формулюються як колективний ментальний рух і практика, а потім стають ідеологією чи цілком утопією. Головне в тому, аби розуміти ідеологію (як також і утопію) формою суспільного функціонування деякої розумової продукції.

Можна наперед сказати, виходячи з тієї акцентуації, на розумі, теорії, абстрактно-логічному мисленні, просвіті (як насамперед світлі розуму й науки), що подібна ідеологія повинна була стати матеріалістською, позитивістською, атеїстичною, антиклерикальною, особливо в Н. Макіавеллі і Т. Гоббса, французьких матеріалістів і енциклопедистів, економістів фізіократичного й вульгарно-матеріалістичного спрямування, психологів також вульгарно-фізіологічного гатунку, соціал-дарвіністів тощо, звідси ж впливає кардинальне заперечення божественного походження влади, існуючого соціального порядку, всього містичного, трансцендентного, вищого і духовного, благородного походження, давності роду, святості сімейних зв'язків. Натомість – акцентуація на матеріалістичності, тілесності, конкретності, почуттєвості, єгоїстичному інтересі (наприклад, концепція «розумового єгоїзму»), фізіологізмі, почуттєвих насолодах, сексуальному сприйнятті і пізнанні світу, життєвій «вітальності» демократичних і втаємничених біологічних імпульсів. Попутно також виявляється заперечення будь-яких форм насильства. Але в поєднанні із сакралізацією свободи легітимізується як революційне насилля та засіб перебудови світу. У ній також виявляється заперечення традиційної моралі, заклик до всебічного освоєння земної кулі, а звідси – естетизація пригод, подорожей, спостереження й дослідження «примітивних» культур, до освоєння космосу та перші практичні кроки в цьому напрямі. Європа поступово, але все виразніше, починає розумітись не лише як місце чи регіон модернізації, а і як законний і правомочний «всесвітній модернізатор» усіх можливих закутків світу. Ко-

лонізація в цьому контексті не лише виправдовується, а й звеличується як законна, необхідна, моральна та культурна «місія» цивілізованих мало чи зовсім не цивілізованих. Це слугує важливим принципом і механізмом словесно-демагогічного виправдання будь-яких внутрішніх (над власним «не цивілізованим» населенням) і зовнішніх (ще «диких» народів) форми насильницького завоювання чи якогось іншого підпорядкування. У цьому контексті навіть веберівську концепцію бюрократії, яка вимагала елімінації, витіснення зі сфери праці й виробництва будь-яких форм суб'єктивності та емотивності, можна розглядати як специфічну форму визнання працівників недостатньо цивілізованими для ствердження самоцінного буржуазного продуктивізму й визначеної раціоналізації суспільства.

Соціальні конфлікти та суперечності заперечуються, розглядаються або як суто психологічні прояви недосконалої людської природи, або як невдало організований менеджмент, або як недоліки й огріхи соціалізації. Як би там не було, раціоналізм як принципи мислення та дії розглядається тут тим засобом, який здатний пояснити все незрозуміле, висвітлити все темне чи те, що ще перебуває в затінку, розв'яже всі суперечності, надасть бажаної чи необхідної досконалості всьому недолугому, звільнить усіх закріпачених, задовольнить спраглих і голодних, вкаже істинний шлях всім сліпим і блукаючим, надасть необхідні пропорції й гармонію хаотичному та випадковому, зробить щасливим усіх нещасних. Які ж конкретні ідеологічні течії вирости на основі подібного ментально-психологічного базису й умонастрою?

Аналіз ідеології цього історичного періоду свідчить, що раціоналізмом були просякнуті буквально всі або більшість елементів соціального порядку. Також раціоналізм був засобом легітимізації й легалізації цього порядку, тобто в ньому всі речі та властивості суспільного буття ніби набували найвищої своєї законності. І насамперед раціональні засади деякої індивідуальної чи колективної дії тільки тоді могли якось вписатися в суспільний антураж, стати чимось звичним, зрозумілим, звичайним, необхідним, само собою виправданим, коли проходили деяке випробування хоч би деякими звичними раціональними процедурами, які були ніби уповноваженими суспільством чи якоюсь його особливою сферою для того, аби здійснювати «суд розуму», після чого навіть до того нерозумне починало розглядатися розумним.

Головне полягало у визнанні чогось істинним і дійсним через деяку попередню розумову операцію сумніву рефлексії, після чого щось ставало дійсним існуючим, об'єктивно й недовго. Так, на нашу думку, виглядали ті ідейно-психологічні передумови, на яких виникала й будувалась класична буржуазна ідеологія.

Для початку визначено наше розуміння суті та структури ідеології. У межах цього дослідження дозволимо собі не те, щоб не погодитися, але суттєво уточнити концепцію Р. Будона. Ми згодні з ним у тому, що ідеологія зовнішні виглядає як теорія, концепція чи псевдотеорія (як також і псевдоконцепція). Наука та ідеологія схожі між собою лише зовні, суто формально. Схожість їх полягає в тому, що вони є словесно-логічні конструк-

ції (говорячи про науку чи теорію, ми маємо на увазі, насамперед, гуманітарно-суспільствознавчі науки, які справді є переважно словесні, формально-логічно впорядковані тексти, де більш-менш точно й виразно визначено об'єкт, предмет, мету, завдання, основний зміст і висновки, які із цього викладу випливають). Тут також мають місце такі необхідні елементи, як сукупність аксіоматичних (не аргументованих і ніяким іншим чином не підтверджених текстів); деякий вокабулярій (певна сукупність слів, понять, звичних лексик та інші елементи граматики тексту); необхідних пояснень, роз'яснень, зауважень, коментарів, відсилань тощо.

Головне в цій статті – була формальна логіка, яка вимагала дотримання правила тотожності предмета тексту самому собі під час комунікації; правила несуперечності, заборони вводити протилежно спрямовані судження; правила достатньої підстави, відповідно до якого будь-яке судження має бути деяким чином обґрунтоване, а також заборони апелювати до особистісних якостей читача чи співбесідника. Усе це гарантувало законність будь-якого тексту чи близького до нового послання. Власне, формальна логіка була в цьому випадку критерієм легітимності не лише будь-яких друкованих текстів, а й комунікативних процесів загалом. Щоправда, були спроби додати до неї ще й діалектичну логіку (особливо активні в країнах, де переміг соціалізм), але успіхом вони не увінчалися; вона (діалектична логіка) далі від словесного практикусу суспільствознавців марксистської орієнтації не просунулась.

Висновки. Отже, критерієм ідеології була не тільки й навіть не стільки наукоподібність, більша чи менша залежно від окремої ідеологічної системи, а інколи й просто її автора чи іншого послання, скільки раціональність запального міркування та способу побудови текстів, де найбільш очевидним і ефективним, зокрема просто ефективним, було дотримання правил і технології формальної, найбільш очевидної й знову-таки ефективної при своєму застосуванні логіки.

Формальна логіка не гарантувала суспільно-громадської сприйнятливості, розуміння, схвалення, підтримки й популярності ідеології. Між тим була дуже важливою саме підтримка ідеології, адже в умовах усе більшого ствердження демократії й виборів як статистики голосів суспільне визнання та підтримка на виборах гарантували позиції домінування в політичній взаємодії цього історичного періоду.

Ідеологія зовні виглядає як теорія, концепція чи псевдотеорія (як також і псевдоконцепція). Наука та ідеологія схожі між собою лише зовні, суто формально. При цьому ідеологічний текст, що є зовнішнім виразом певної ідеології, будується так, аби максимально врахувати ментальний досвід слухача (читача), щоб він зрозумів причини, мотиви й логіку міркувань автора словесних «меседжів». При цьому вона, на відміну від науки, ґрунтується на принципах формальної логіки (за винятком спроби використання діалектичної логіки в країнах соціалізму).

Таким чином, об'єктивна залежність ідеології від кон'юнктурних змін інтересів тих, хто намагається реалізувати власні цілі в цьому середовищі.

Відповідні суб'єкти через ідеологію намагаються «вписати» раціональність у структуру соціального буття за допомогою принципів формальної логіки.

Список використаної літератури

1. Мартыненко О. А. Детерминация и предупреждение преступности среди персонала органов внутренних дел Украины : монография. Харьков : Изд-во ХНУВС, 2005. 496 с.
2. Рисмухамедов И. А. Концепции идеологии А. Грамши и Л. Альтюссера и их рецепция в современном неомарксизме : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Санкт-Петербург, 2003. 28 с.
3. Теория политики : учеб. пособие / под ред. Б. А. Исаева. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 464 с.
4. Маркс К., Энгельс Т. Избранные произведения. Москва : Политиздат, 1955. Т. 2. С. 477.
5. Гавриленко І. М. Соціологія та сучасне українське суспільство. Київ : АПСВ, 2007. 158 с.
6. Bondon R. L'ideologie on l'origine des idees resue. P. : Fayard, 1986. 325 p.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Щербина В. В. Сущность и формирование идеологических концепций

Сегодня наблюдается попытка создать искусственную концепцию национальной идеи, однако это требует изучения не только сугубо прагматических методических подходов к развитию национальных идеологических концепций в развитых странах, но и теоретического обоснования и социально-философских основ соответствующих общественных трансформаций.

Ключевые слова: концепция, идеология, трансформация, национальная идеологическая концепция.

Shcherbyna V. The Essence and Formation of Ideological Concepts

Problems of the national development of the state face the problem of national and cultural self-identification, as well as the lack of a national ideological concept. Appropriate concepts were formed in different countries in the process of phylogenetic development, which predetermined their systemic and natural nature. Today, in Ukraine, an attempt is being made to create an artificial concept of a national idea, but in our opinion, a corresponding concept requires the study of not only purely pragmatic methodological approaches to the development of national ideological concepts in developed countries, but also the study of the theoretical basis and socio-philosophical foundations of the corresponding social transformations. Science and ideology are similar to each other only externally, in a purely formal way. At the same time, the ideological text, which is an external expression of a particular ideology, is constructed so as to take into account the reader's mental experience to the maximum, so that he understands the reasons, motives and logic of reasoning for the author of verbal «messages». In this case, unlike science, it is based on the principles of formal logic but with the exception of attempts to use dialectical logic in the countries of socialism. There is a formal logic, from which the rule of the identity of the text itself requires itself throughout the communication; the rule of non-consistency, the prohibition of introducing opposing judgments, the rule of sufficient reason in other words, any judgment must be justified in some way, as well as the prohibition to appeal to the personal qualities of the reader or the interlocutor, the legality of any text or close to the new message was guaranteed. Objective dependence of ideology on conjunctural changes of interests of those who are trying to realize their own goals in this environment. Relevant subjects through the ideology, trying to «write» rationality in the structure of social existence through the principles of formal logic.

Key words: concept, ideology, transformation, national ideological concept.

УДК 316

В. Н. ЩЕРБИНА

ИДЕЯ ДЕМОКРАТИИ В ИСТОРИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ МНОГОУКЛАДНОГО ОБЩЕСТВА УКРАИНЫ (Окончание)

В статье рассматривается проблема социально-исторических факторов трансформации восприятия, понимания и концептуализации идеи демократии в украинском обществе. Среди факторов выделяется совокупность культурно-исторических представлений об истории украинского общества, присутствующих в массовом сознании и влияющих на характер концептуализации идеи демократии. Анализируются представления о демократии как автохтонной черте украинского народа с древних времён, представление о демократии как составляющей формирования государственности в XX в., представление о демократии как составляющей социально-политических трансформаций периода перехода к независимости. Сделан вывод о том, что на тот период идея демократии выполняла ряд социальных функций: была образом будущего, инструментом социального воображения, основой общественного консенсуса и доминирующей идеей разнородных социальных субъектов. Украинское общество изменилось: в условиях демократического транзита сформировалось новое поколение социальных акторов, которое по-новому воспринимает идею демократии. В мировоззренческих горизонтах различных социальных укладов идея демократии воспринимается массовым сознанием различным образом. Это предусматривает необходимость формирования нового социального механизма для достижения общественного согласия относительно её необходимости в общественных практиках. Идея демократии в условиях смены поколений обретает новое прочтение: возникают как её новые приверженцы, так и её новые противники. Делается о том, что исторические трансформации последнего периода предусматривают новое прочтение идеи демократии в соответствии с необходимостью организации широкого общественного диалога в условиях изменившегося украинского общества.

Ключевые слова: идея демократии, общество, трансформация общественных представлений, трансформация общества, культурные уклады, демократический транзит.

Для рассмотрения сегодняшнего понимания и перспектив идеи демократии в Украине важно знать характер поколения, ставшего движущей силой Майдана-2014. Отметим, что 2004–20014 гг. – это период «политического взросления» поколения жителей Украины, которые родились уже после распада СССР. Это поколение формировалось уже не в условиях «необходимости демократии», но в волнах «революционизма». Молодым людям 1991 г. рождения в 2004 г., когда состоялась Оранжевая революция, было 13 лет (подростковые изменения, период конфирмации – осознания своих социальных качеств и принятия социальных ценностей), а в 2013 г. – 23 (период вхождения в социальное общение с этими ценностями в качестве самостоятельных социальных субъектов). Это поколение социализировалось в условиях прогрессирующего распада институтов «советской Украины», в условиях «демократического транзита», когда старое концептуальное основание отрицалось, а новое лишь

провозглашалось в виде «идеалов демократии» и поисков «национальной идеи». Если для предыдущего политического поколения идея демократии ассоциируется с «улучшенным СССР», то для этого, нового, поколения, идея демократии и связанные с ней политические конструкты были чем-то из сферы средств идеологической легитимации происходивших процессов. Это были процессы приватизации, сопровождавшиеся ростом неравенства, экономическим и социальным упадком, катастрофическим сворачиванием перспектив полноценной жизни в стране – это коснулось миллионов детей «гастарбайтеров», жителей деиндустризированных индустриальных агломераций, крупных городов и стагнирующих сел. Это были процессы упадка институтов образования, медицины, пенсионной системы. **Иными словами, возник исторически новый субъект, прочитывавший идею демократии, исходя из новых общественных условий своего формирования и в контексте собственных исторических перспектив.** Этими перспективами были уже не выход из тоталитарного прошлого XX в., а движение в неопределенное будущее нового века. На межпоколенческом уровне возникла объективная база для конфликта интерпретаций идеи демократии. Концептуальная неопределенность отношения идеи демократии и национальной идеи как основы дальнейшего существования Украины как независимого государства обозначилась как повестка критического переосмысления связи идей демократии и национализма. «Получили независимость – но не можем воспользоваться ею. Потому что из ее наполнения, сути осталось мало. Церковь ассимилировалась в Москву. Культура не определена: или пользоваться давними традициями, или глобализироваться под Терминатора и Мадонну. Язык потерял свой маркер принадлежности к нации. Умение говорить и писать на украинском, стремления к этому уже нет как составляющей Украины независимой, а скорее относится к отдельным территориям. Суть Украинского государства становится пустой. Как пересохший колодец, в котором нет воды. Нечего почерпнуть из той добываемой в борьбе независимости. Чтобы быть открытым и толерантным к чужому, надо крепко стоять на своём. Брать ответственность за пересохший колодец и копать вглубь, искать источники. А потом дополнять дождями – из туч восточных или западных», – так выражает восприятие текущей ситуации

Видение идеи демократии и её перспектив в этих условиях стало еще более разнообразным: наряду с теми, кто её переосмысливает по-новому, появились и те, кто стал видеть в ней прямую угрозу своим интересам, противоречащую сложившимся взглядам на общество.

«Новые сторонники демократии» сформировались под значительным воздействием идеологии перехода к «информационному обществу». Значительная часть нового поколения видит идею демократии сквозь очки современной технократической утопии – в контексте перехода человечества к новым коммуникативным процедурам, предполагающим использование киберкоммуникативных средств. С этой точки зрения образцом демо-

кратического государства являются многочисленные онлайн-сервисы, которые развивает гражданское общество, кроме государственных открытых данных. Поэтому идея демократии связывается с деятельностью в социальных сетях. С этой точки зрения, «такие онлайн-сервисы создают обязательства, чувство принадлежности, собственности и улучшают доверие в обществе. Тысячи тех, кто участвует в создании этих сервисов, и сотни тысяч, которые принимают активное участие в пользовании ими, формируют устойчивую социальную сеть, независимую от потенциального хакерства, контроля или цензуры в ведущих социальных сетях. Это люди, которые снова выйдут на улицы, если будет необходимость защищать независимость Украины и демократию. В определенном смысле, Украина – это большая живая лаборатория для демократии участия. Более того, это пример создания государства таким путем. Это то, что должно быть после революции: люди берут власть в свои руки. Это больше касается не того, чтобы брать власть, а того, чтобы делать дела для страны и строить её сама идея, что люди, свободно сотрудничая по Интернету, могут принести результаты там, где государство и бюрократия на это не способны, – захватывающая. Это не очередная революция в Facebook или Twitter. Это не клики, лайки или ретвиты. В этом есть серьезные элементы создания государства, онлайн – снизу вверх. В случае успеха Украина будет примером того, что может сделать Интернет для демократии. С верой в положительное влияние технологий на общество и с верой в Украину я надеюсь, что это будет иметь успех. Это также ставит Украину на карту мира не как страну, потерявшую часть территории и имеющую проблемы со своим соседом, но как хаб технологий для демократии участия и ноу-хау реформ, которые продвигаются гражданским обществом. Эта технология и другие связанные с ней социальные ноу-хау и есть то, благодаря чему мы сможем увести ветер из парусов популистов» [19]. «Сегодня, в нашем мире развитых информационных технологий, уже не нужно придумывать механизмы прямой демократии. Они уже существуют. Это – блокчейн-технологии, которые позволяют каждому гражданину своей страны непосредственно участвовать в управлении своей территориальной единицей и государством в целом. Выборы депутатов в местные и в Верховную Раду – нет проблем, – голоса всех полномочных избирателей будут зафиксированы, их изменить или аннулировать уже невозможно. И, в любой момент любой гражданин может проверить правильность подсчетов голосов. Мы мучаемся с выбором судей, не доверяем Системе, которая выдвигает и утверждает судей разных уровней. Пожалуйста, технология блокчейн позволит делать это нам самим. Выборы мэров, Президента страны. Мы не знаем, правда ли то, что за них проголосовало указанное количество избирателей. Мы не уверены в справедливости очень тенденциозных и субъективных комиссий подсчета голосов. Технология блокчейн позволяет осуществить пересчет голосов каждому из нас, и в любой момент. Больше того, любой избранный функционер, любой назначенный чиновник, может быть снят со своей

должности нами, достаточно того, чтобы за это проголосовало в базе, допустим, 50% от числа его избирателей. Более того, с применением общегосударственной базы блокчейн, к которой подключен каждый гражданин нашей страны, можно многие стратегически важные для государства решения принимать всем народом. Вот вам – общенародный референдум. Вот это – действительно прямая демократия» [20].

Однако, помимо «новых сторонников» демократии, видящих её как «цифровое будущее» в числе нового поколения, сформировались и «новые противники», видящие в ней угрозу обществу в том виде, как они его понимают, угрозу собственному будущему. «Отрицателям» практики социалистической демократии на смену приходят «отрицатели» уже пост-социалистического её общественного воплощения. В этой ситуации уже с участием нового («постсоветского») поколения в обществе возникает новый раскол в дальнейшем видении идеи демократии. Наряду со всплеском «гражданского активизма» этот период заканчивается и переходом к отрицанию принципов демократии в условиях и под предлогом военного конфликта. В этой повестке доминируют требования политической мобилизации общества вокруг государства, ограничения прав и свобод отдельных категорий народа Украины и утверждения национал-этнической идеологии как господствующей, что предполагает введение политической цензуры и других практик. Все это преподносится как единственно возможное условие сохранения государственности Украины. Вот характерные в своей полярности иллюстрации указанного раскола: «...До 2014 г. в ментальности большинства граждан постсоветского пространства идея государства была незыблемой и монументальной. Если до событий на Майдане основой правосознания людей был государственный инстинкт, то уже первые месяцы после произошедшего пошатнули эту «историческую данность». Оказалось, что эта идея легко уязвима, в считанные дни она может быть разрушена, основные устои подорваны, а общественные связи в рамках правоотношений «государство-гражданин», стереотипы и традиции – расстроены. При всей полярности оценок Майдана, неоспоримым является переворот в массовом сознании роли госаппарата и функционального обеспечения чиновничества. Именно поэтому партии, построенные на идеологии прямой демократии, смогут сейчас привлечь внимание общества к идеям прямого принятия решений народом. Элементы прямой демократии проникнут в каждую партию и получают шанс на реализацию. ...если народ смог избрать таких псевдопрофессионалов, то ему это и исправлять. Уверен, у нас хватит мудрости, опыта и интеллекта, чтобы самостоятельно решать многие вопросы государственного бытия без посредничества самозванных «технократов» в условиях прямой демократии. Пора уже оставить в прошлом, как рудимент, государственный инстинкт и строить наше государство, основываясь на собственном выборе. Современный мир с его цифровыми технологиями открывает нам такую возможность» [21]. В то же время существует и другой взгляд: «Царство

общественных идей вечно и неизменно, так что оно не нуждается в вашей защите или рекламе. Конкретная идея хороша или плоха не сама по себе, но лишь в определенных местах и периодах времени. Пользуйтесь идеями, с умом и чувством меры – и будет вам польза, иначе все пойдет наперекосяк. Примитивам-придуркам какую идею не дай, так они ее испохабят и доведут до абсурда. Дай дуракам идею демократии, так они разведут бардак и загонят общество в тупик... Текущая политика, принятые законы, решения правительства – они на 95% зависят не от фамилий первых лиц, а от логики эволюции режима, от соотношения сил, ресурсов, имущества между властью имущими и народом, между голосов общественного мнения и прессингом подконтрольных властью имущих СМИ. Сейчас нам надо решительно отбросить в сторону неуместную, фальшивую идею демократии и поднять на щит идею открытой диктатуры и жесткого порядка, ради спасения государства. Вопрос, как эту общественную идею диктатуры нормально и правильно реализовать, – всегда большой вопрос, ибо налицо огромный конфликт интересов и заблуждений» [22].

Отдельный круг проблем рецепции идеи демократии связан со сложившейся коммуникативной средой. В условиях возросшей роли коммуникации как средства социального конструирования критически важную роль играют средства самоописания общества – прежде всего, язык политики. Культура организации языкового пространства, в котором рефлексировалась идея демократии в современном украинском (и не только) обществе, носит специфический характер. В ситуации отсутствия внутреннего общественного диалога набор базовых концептов видения горизонтов и перспектив общественного развития достаточно узок как в публичной, так и в академической сферах. Демократия в практиках социальной рефлексии позиционирована как единственно возможная перспектива и единственно приемлемая для граждан ценностная диспозиция. Более того, демократия понимается как особый тип общественного устройства, а не общественно-политический феномен. С таких позиций производимые интеллектуальным сообществом **образы социально-политической реальности носят односторонний абстрактный характер, в них осознанно или бессознательно упускаются реальные черты общества, не относящиеся к образу демократии.** К тому же, фиксируя в языковых выражениях любые сложные идеи, мы вольно или невольно осуществляем абстракции, т. е. принимаем во внимание одни их стороны и игнорируем другие. При этом мы часто относимся к отраженным в языке идеям так, будто они обладают лишь известными нам признаками и не обладают другими, будто они не имеют собственной, не зависящей от нашего взгляда и интереса полнотой свойств и логикой. Идея демократии была описана в политическом дискурсе украинского общества именно таким способом. В частности, аспект ответственности отдельного человека и общества в целом за результаты своих взаимодействий в рамках демократического порядка если и упоминался, то не как равнозначный и необходимый. В общественном

дискурсе присутствовало представление о неизбежности позитивного результата любых решений, мистическая вера в непременность успеха нацистского государства. Рациональные составляющие, говорящие о рисках и необходимости видеть собственное будущее с точки зрения общественно-политических реалий современности отодвигались на задний план – часто даже сознательно, как препятствия для успеха на пути реформ, требующих жертв сегодня и сулящих небывалый рост благосостояния в будущем. Это будущее все больше отдалялось по мере того, как расходовались ресурсы, созданные в предыдущий исторический период. Это, в свою очередь, повышало спрос на иррациональность видения происходящего и собственной перспективы. **В рамках формальной демократической рациональности формировались иррациональные общественные интенции, предполагавшие в качестве нормы «действовать, не взирая ни на что».** Власть языка оказалась настолько мощной, что зафиксированный в нем фрагментарный образ идеи демократии стал казаться гораздо более реальным, чем сама реальность этой идеи как части многообразного цивилизационного развития человечества – со всеми её позитивными и негативными свойствами. В силу того, что в идее демократии отражены некоторые положительные (с точки зрения определённой части общества) свойства данного общественного устройства, осознанно или нет, в общественном сознании стали восприниматься и все остальные его составляющие как абсолютные социальные добродетели. Осознанно или нет, негативные стороны демократии в лучшем случае игнорировались как не имеющие значения случайности, сложности роста, а то и предвзятые мнения отдельных лиц. В худшем случае этим негативным свойствам стали приписывать некоторое положительное значение. Известно, что язык позволяет нам создавать образы абстрактных предметов, которые в принципе не могут существовать эмпирически. Отраженная в языке идея демократии длительное время выступала основой образа такого «абсолютно положительного» общественного устройства, которое реально складывалось. И в той мере, в которой эта языковая основа могла продолжать существование, продолжал существование и такой образ демократии. В особых исторических условиях, сделавших возможным безраздельное господство языкового конструкта (все другие идеи были политически отвергнуты), образовавшего демократический дискурс, сформировался и существовал «симулякр демократии». Однако, **как только эта языковая реальность перестала устраивать политические практики, образ «идеальной демократии» потерял устойчивость, и возникла перспектива его переопределения иной, не исключено, что в обратной, негативной, коннотации.**

Идея демократии в мировоззренческих горизонтах различных культурных укладов

Для того, чтобы найти значимые различия в восприятии идеи демократии украинским обществом, целесообразно использовать категорию культурного уклада. Культурный уклад – понятие, характеризующее исто-

рически устойчивые типологические черты порядка организации и содержательной наполненности нормативно-ценностных конструктов, присущих социальным группам и индивидам, которые выражены в материальных, идеальных и организационных и символических атрибутах их жизни в составе конкретно-исторических обществ. Это понятие – идеальный тип, обозначающий конкретно-исторические конструкты, присущие социуму, которые характеризуются принципами построения, способами обмена деятельностью, материально-технологическим основанием, типом ценностей и норм, социально-исторической и пространственно-временной определенностью. Культурные уклады взаимосвязаны и взаимозависимы, в своем единстве они характеризуют конкретное исторически сформированное общество, определяют типы личности, социальные роли, характер социального взаимодействия. Культура каждого этноса, с этой точки зрения, может быть проанализирована как содержащая компоненты всех четырех социокультурных укладов, процессы межэтнического взаимодействия. В каждом обществе присутствуют черты, присущие различным культурным укладам, однако в разной степени выраженности. Конкретные индивиды социализируются в средах, где тот или иной культурный уклад доминирует, прочитывая общественные идеи соответствующим этому укладу образом. По этому признаку в обществе можно выделить группы, ориентированные на социальную активность в соответствии со спецификой различных укладов и воспринимают одни и те же явления в различных смыслах. Общества, где в социальных институтах доминирует нормативно-ценностная система, свойственная одному укладу, можно назвать моноукладными, те же, где сосуществуют различные нормативно-ценностные основания деятельности в рамках социальных институтов, – многоукладными. Институты общества в состоянии многоукладности предполагают толерантность и диалогичность как фундаментальную свою основу. В состоянии институциональной зрелости в обществе доминирует один из укладов, когда же институты находятся в глубоком кризисе или разрушены, культурные уклады сосуществуют как бы параллельно – подобное состояние украинский социолог Евгений Головаха назвал «двйонной институционализацией». Выход из институционального кризиса в этом смысле – это создание общественного принципа, на основе которого происходит политико-правовое, этическое и экономическое связывание этих укладов в единый конструкт, позволяющий осуществлять социальное взаимодействие между разнородными субъектами. В случае с Украиной, особенно в состоянии институционального кризиса, мы имеем дело с многоукладным обществом, и идея демократии прочитывается в рамках различных укладов, исходя из того, какова их специфика.

Архаический культурный уклад характеризуется непосредственно коллективной, внеличностной, синкретичной неконцептуализированной системой ценностных оснований социального взаимодействия, выраженной в виде анимистиченских верований, а также отсутствием выделенных

социальных механизмов нормотворчества и социального регулирования. Социальные акторы в рамках такого уклада не имеют личностной определенности, а социальные факторы не выступают предметом осмысления в процессе социального взаимодействия. Для сознания, сформированного в рамках такого уклада, демократия не воспринимается как некоторая реальность, поскольку сам социальный порядок не обозначен как онтологическая реальность, и общение между людьми понимается как продолжение и часть непосредственно природного бытия индивида.

Традиционный культурный уклад характеризуется выделенной системой ценностных представлений, концептуализированной в виде мифологических конструктов, содержащих структуру субъективного детерминирования социальных взаимодействий в абстрактно-личностной и групповой форме. Демократия понимается как существующая вечно, потому политика демократического транзита сводится к воссозданию основ и поддержанию этой вечности, отрицанию нововведений. Идея демократии в мировоззренческом горизонте здесь понимается как основа поддержания единого духовно-практического организма нации. Переход к демократии понимается квазирелигиозно, эсхатологически – как реализация утопии и переход к идеальному устройству общества. Демократия видится как решение всех проблем в некотором ином обществе, куда можно попасть, если быть верным ценностям и в точности выполнять процедуры. В этой парадигме процедуры демократии воспринимаются вне их непосредственно-политического смысла, как своеобразные духовные практики в соответствии с которыми «верность идеалам демократии» гарантирует мистическое обновление общества. Соответственно, и противники демократии оцениваются и воспринимаются в этической плоскости как противники «абсолютного добра», диалога и примирения с которыми нет и не может быть.

Модерный (индустриальный) культурный уклад характеризуется социальным взаимодействием, опосредованным совместной производственной деятельностью, рациональной системой производства (концептуализации) ценностных конструктов и нормотворчества. Идея демократии понимается здесь, прежде всего, как необходимое средство, производимое в контексте удовлетворения потребностей человека и реализации его существенных свойств. Поэтому идея демократии интерпретируется как основа конструирования новых общественных символов, смыслов и для человека, и для общества.

Нормы и образцы конструируются и проходят «проверку» на соответствие интересам групп, которые формулируются в процессе общественной коммуникации. Демократия, с этой точки зрения, критически зависима от коммуникативной сферы – компетентность и адекватность медиа формируют диалог относительно общих ценностей и норм, в число которых входит и сама демократия. Противники демократии понимаются как люди, прежде всего лишенные рационального знания о себе и обществе. Совершенствование демократии видится в направлении развития прозрач-

ных процедур, ориентированных на максимально широкий диалог по формулировке общественных потребностей.

Коммуникативный (постмодерный) культурный уклад характеризуется социальным взаимодействием на основе коммуникации в сетевой форме, отсутствием институционализированной системы ценностно-нормативного регулирования, персонифицированной самореферентностью сообществ, образуемых на основе символической самоидентификации.

Демократия понимается в этой оптике как условие межличностной коммуникации, его целью представляется самореализация в процессе коммуникации как сетевой игры. Поэтому развитие демократии понимается как создание условий для самостоятельности масс путем снятия максимально возможных ограничений. Идеалом демократии видится анархическое сетевое сообщество, ориентированное на персонифицированных индивидов. Ценности, нормы и образцы поведения здесь невозможны или служат материалом, на котором создается всякий раз новый «рисунок демократии».

Идея демократии в условиях многоукладного общества воспринимается принципиально противоречиво: одними – как «великий исход в царство идеального будущего», другими – как «универсальный механизм решения общественных проблем», третьими – как «игровое пространство свободной самореализации через коммуникацию».

Соответственно разнятся и ожидаемые результаты от совместной деятельности под лозунгом демократии. На этой почве возникает напряжение между самими сторонниками демократии – оперируя различными смысловыми горизонтами в отношении идеи демократии, они оказываются не в состоянии вступать в диалог между собой и обеспечивать диалог в обществе. В итоге идея демократии выглядит дисфункциональной в отношении проблемы общественной интеграции. Последняя начинает видаться как практически возможная на пути реализации иных социальных концептов – в частности, на основе интегрального национализма. Однако последний сам выступает в качестве привлекательной идеи лишь в условиях кризиса демократии – таким образом, развитие демократии в условиях многоукладности выступает практической альтернативой возникающим запросам на тоталитарные проекты общественной интеграции.

Свою роль играет и видение войны в качестве интегрирующего общественного начала, об этом говорят люди, считающие себя сторонниками демократии: «Гражданское общество должно, прежде всего, построить какие-то институты, которые позволяли бы людям взаимодействовать между собой. У нас в обществе отсутствуют горизонтальные связи. Они только сейчас налаживаются. Только благодаря революции, Майдану и войне появляются некие общности людей, которых объединяют между собой какие-то горизонтальные связи. Сейчас у нас есть шанс построить гражданское общество, мы можем вместе делать проекты, распространять какую-то информацию, находить некое взаимодействие. Сама война и революция – это проект гражданского общества, проект построения горизон-

тальных связей. Война и революция стали успешными только благодаря тому, что общество само нашло некий формат, регламент взаимодействия между собой. Разрозненные люди сумели найти общий язык и начали быстро объединяться для решения общих проектов. ...Ничего кроме войны и революции не заставило бы Украину превратиться из второстепенного придатка Российской Федерации в самостоятельное независимое государство» [23]. В контексте военной повестки демократия видится не как порядок отношений в сфере власти, а как инструмент реализации новых целей: «Тридцатилетний опыт борьбы за украинскую нацию доказывает, что он может быть успешным лишь тогда, когда принимает массовый, общеукраинский характер. Поэтому мы должны сформировать несколько фундаментальных целей, которые необходимо реализовать в форме прямой (непосредственной) демократии, плебисцита. Первым требованием должен стать призыв к социальной революции: радикальной ликвидации олигархии как паразитического социального слоя. Законодательный запрет представителям большого бизнеса участвовать в политической жизни государства. Правовой пересмотр законности приватизации больших предприятий, национализация имущества олигархов-сепаратистов. Вторым требованием должно стать возвращение захваченных территорий. Независимо от того, как долго будет длиться это отвоевание (реконкиста), оно должно закончиться нашей победой. Этот пункт охватывает комплекс вопросов обороны и безопасности страны и военно-промышленного комплекса, добровольческого и волонтерского движения. Третьим требованием должно стать возрождение национальной культуры и науки. Украинский язык должен безальтернативно стать языком государственной и военной службы, национальных средств массовой коммуникации, должен выполнять функции языка межнационального общения в Украине. Четвертым должно стать требование радикальной экономической реформы, которая учитывала бы как мировые тенденции, так и интересы большинства украинского народа» [24]. Видение демократии как средства мобилизации для продолжения войны, для ограничения прав населения в гуманитарной сфере, перераспределения собственности – закономерный итог восприятия этой идеи как средства, не имеющего непосредственного отношения к содержанию жизни людей.

Свое разочарование в результатах общественных трансформаций весьма известный правозащитник советского периода, бывший политзаключённый, диссидент, общественный деятель, исполнительный секретарь Ассоциации психиатров Украины, директор Украинско-американского бюро защиты прав человека и Международного медицинского реабилитационного центра для жертв войны и тоталитарных режимов (МРЦ), член Американского общества психиатров, Королевского колледжа психиатров Великобритании, Общества психиатров и неврологов Германии С. Глузман выразил так: «Когда-то мне казалось, что я победил советскую власть. Да-да, я, гонимый, безработный, обречённый на новый арест. Сейчас я знаю:

она осталась. Мимикрировала, резво заговорила на прежде гонимом ею же украинском языке. Наглая, откровенная воровка, она по-прежнему властвует в моей стране. Сегодня мне не страшно. Мне горько» [25].

Идея демократии в контексте смены поколений

Современное национальное государство народа Украины – непосредственный преемник УССР, «советской украинской нации» как политической формы украинского народа. Эта относительно (как и всякая система) целостная система, состоящая из собственно государственного аппарата и политической нации, объединенных общими историческими событиями и сформированными в их рамках нормативно-ценностными представлениями живущих поколений, окончательно сложилась в конце 30-х гг. XX в. и претерпела впоследствии ряд изменений, связанных со сменой поколений последовавшего периода. Говорить о сложившейся «советской социалистической украинской нации», как и о сегодняшней государственности, можно лишь в контексте её интегрированности в международный контекст того времени. Завершение её формирования обозначилось принятием в этот период первой Конституции УССР. В предшествующий исторический период на основе этнических компонентов и элементов исторической памяти украинского народа позднефеодального периода сформировались, прежде всего, культурные атрибуты Украины как нации нового исторического периода – капитализма. Творцом культурных оснований украинской нации того периода была национальная интеллигенция, интегрированная на тот период в состав обществ Российской и Австро-Венгерской империй. В идеологических парадигмах того времени возникли коммунитаристские, ориентированные на идеалы социализма (классовой и этнической природы) формы социокультурного самоопределения украинского народа как самостоятельной нации. Тогда же, в конце XIX в., возникла идея самостоятельной государственности Украины и сформировалось первое поколение носителей новой государственности. В период последовавших революционных событий 1917–1929 гг. были выработаны практические формы организации украинской государственности XX в. – в том виде, как это оказалось возможным, исходя из всей гаммы международных условий того времени. Становление первого украинского государства-нации (УССР) заняло время жизни двух поколений – поколения, подготовившего и осуществившего социальный переворот (революцию) начала XX в., и поколения, родившегося и сформировавшегося в этом процессе, – приблизительно 50 лет. Следует понимать, что собственно общество как устойчивая целостная система социальных институтов, на основе которых формируются жизненные миры, складывается несколько уже как результат гегемонии имеющих общие культурные основания поколений. Эта Украина как первое государство-нация эпохи капитализма, просуществовала в состоянии устойчивой целостности 50 лет – с середины 30-х до середины 80-х гг. XX в., до времени начала перестройки в СССР. В 1986 г. начался структурный распад этой нации-государства, за которым последо-

вал кризис институтов воспроизводства массовой идентичности, и к 1989 г. «советская украинская нация» перестала существовать как основание национального государства СССР. Точные даты здесь использованы условно, для обозначения периодов перехода. Произведённые в предшествующий исторический период общественные институты и ориентированные на них жизненные уклады утратили легитимность на уровне системной организации общества. Это проявилось, прежде всего, в сфере общественной идеологии, где обозначилось стремление отрицать весь предшествовавший исторический цикл существования украинского народа в виде «советской нации». Одновременно начались поиски новых интерпретаций и исторических оснований нации – государства народа Украины, не связанных с периодом СССР. Идея демократии на этом этапе стала образом нового, нетоталитарного, будущего.

Возникло состояние цивилизационного транзита – не имевшее оснований воспроизводства, но существовавшее в силу организации жизни последних «советских» поколений стало разрушаться, подрывая стабильные основы жизненного мира и связность социальных (в том числе экономических и политических) массовых процессов. В рамках этого состояния народ Украины дезинтегрировался и маргинализировался, утрачивая социальную солидарность. Идея демократии выступала в качестве концепта формирования нового государства.

В этих условиях формировалось первое «поколение независимости», прочитывавшее такое состояние уже не как кризис, переходное состояние, а как реальное и единственное основание нового общества. Реакцией на такую социальную реальность стало растущее ощущение отсутствия внятного образа перспективы у нового поколения. Основанием солидарности для поколения «советской украинской нации» были общая для него историческая память и представления о возможности завершения демократических реформ, в то время как для представителей нового поколения – представление о возможности создания нации-государства на новых, отрицающих неопределенность транзитного состояния основаниях. Стремясь обустроить свое будущее через отрицание действующих тенденций к дезинтеграции, «поколение независимости» вынуждено создавать новую реальность «из ничего», обращаясь к волевому акту. Идея демократии переосмысливается в этом новом историческом контексте. Естественно, что это объективное положение чревато радикализмом и «крайностями», имеющими очень часто неконструктивный характер. Вопрос также и в том, есть ли в радикализме что-то еще, кроме «издержек», существует ли в нем какая-либо позитивная перспектива. Возникло множество новых проблем, в направлении решения которых стала формироваться новая украинская нация, ориентированная уже не на коммунитарно-социальный проект, а на демократические либертарно-индивидуалистические ценностные представления о социальных основаниях жизненного мира. Однако в целом можно констатировать, что в рам-

ках реалій, обусловленных этими проблемами, формируется новая, постсоветская украинская нация, первым представителем и социальным актором которой стало поколения жителей Украины, родившееся после 1991 г. Это поколение находится в историческом конфликте с последним поколением «украинской советской нации», поскольку оно формировалось в условиях иной исторической эпохи, что и составляет коллизию настоящего исторического периода жизни украинского народа. По линии такого конфликта развивается новая национальная идентичность, которая может стать основанием второго столетнего цикла уже «несоветской Украины». Идея демократии в этих условиях интерпретируется как направление и средство строительства новых институтов. Формально перспектива стабилизации и завершения становления новой целостной Украины-нации связана с перспективой вхождения в качестве социального актора еще одного поколения – «внуков независимости». **От того, как новое поколение будет понимать идею демократии, как будет к ней относиться практически, зависит будущее демократических основ жизни украинского общества.** Эти два поколения, подобно поколениям «отцов» и «детей» революций начала XX в., могут иметь общие демократические идентичности и видения, сформированные в рамках одной исторической эпохи, поскольку они переживают одинаковые новые ключевые исторические события постсоветского периода. В силу этого два новых поколения, подобно «строителям социализма» начала XX в., смогут разделять определенные общие убеждения и модели поведения. Связанные уже с новым историческим периодом, с его событиями и драмами, их представители смогут иметь общее чувство принадлежности к поколениям новой исторической эпохи. Вместе с тем перспектива эта имеет лишь формальный характер – пока это лишь чистая возможность, ибо многое будет зависеть от характера межпоколенческой связи и от того, насколько формируемая идентичность будет адекватна требованиям воспроизводства социальных институтов в условиях нового глобального цикла.

Формально Украина является демократической страной – существует разделение властей, задекларировано верховенство права, местное самоуправление объявлено приоритетом, выборы стали рутинным правилом политической игры, законодательная база для свободы слова, как и для других свобод и прав, существует. Другое дело – социальное содержание этой политико-правовой надстройки. Независимость и демократия в Украине – это, прежде всего, политический проект, связанный с процессом возрождения института частной собственности. Поэтому основной движущей силой «демократического транзита» на различных этапах были группы государственной номенклатуры, нового крупного, среднего и мелкого предпринимательства, и внешние игроки в лице представителей капитала, укорененного в разных странах мира. Движение к независимости и демократии для украинского общества означало также и создание собственного государства в условиях современного глобализиро-

ванного поликультурного мира. Демократия на Западе формировалась в процессе трансформаций обществ, имевших устоявшуюся государственную идентичность. На основе этой «естественной данности» вырабатывались процедуры, нормы и ценности взаимоотношений людей, в том числе и те отношения, которые именуются рыночными. Демократия была выстрадана как некая форма, некое политическое устройство, в рамках которого согласование различных, зачастую остро конфликтных интересов было наиболее эффективным. Украине, как и другим («посткоммунистическим» странам), потребовалось одновременно строить нацию-государство, находить соответствующую ему государственную идентичность и создавать рыночные отношения, держась при этом в демократических рамках, поскольку таковы «правила игры», установившиеся в XX в. Эти три составляющие так называемого «перехода», с одной стороны, невозможны по отдельности, но на практике они взаимоисключают друг друга. **Демократия воспринимается сегодня частью общества как препятствие в ситуации, когда экономические реформы, заведомо ухудшающие положение сотен тысяч людей, необходимо проводить через парламент.** Неизбежным следствием либеральных реформ было превращение социального статуса представителей советского бюрократического класса (в обществе формального равенства) в частную собственность, в монопольное положение на рынке, то есть неприкрытое обогащение немногих. Это востребовало формирование соответствующей идеологии, которая бы наделяла часть общества этим правом, легитимировала имущественное неравенство и связанную с ним социальную несправедливость как общезначимую, необходимую жертвенную цель. Обоснование социально несправедливого общества по существу не могло быть демократической задачей, что определяло двойственность идеи демократического транзита в украинском обществе, еще не оторвавшемся от социализма как идеологии и утопии своего предыдущего периода.

Нацию-государство, с точки зрения находящихся у власти групп, необходимо строить с опорой на новую мифологию, образующим началом которой выступила идея всемерная поддержка украинского языка. А для значительной части населения эта поддержка не является приоритетом. Соответственно, возникает повестка ограничения волеизъявления части граждан.

Значительная часть молодежи апатична и прекрасно встраивается в заведенный порядок вещей. Упование на молодое поколение оправданно лишь отчасти, о чем свидетельствуют социологические исследования в Украине и некоторых других посткоммунистических странах. Идейный посыл конца 80-х – начала 90-х гг. XX в. уже давно растерял свою мобилизационную силу, а нынешняя молодежь с ним и не знакома. И призывы присоединиться к «цивилизованной» Европе все больше напоминают ностальгирование по советскому идеалу благополучной жизни, презрительно названному «совком».

Говоря об институциональном обеспечении демократических процессов в сфере политики, трудно не согласиться с выводами экспертов Аналитического центра Европарламента, которые в своём отчёте о реализации реформ избирательной системы в Грузии, Молдавии и Украине пишут: «Ряд недочётов, выявленных во время выборов, – симптомы более глубоких проблем демократических структур страны, таких как отсутствие независимой судебной системы, недостаточное соблюдение принципа верховенства права, отсутствие функционирующих надзорных механизмов или их избирательное использование, слабость институтов государственной власти, сосредоточение СМИ в руках узкой группы собственников, политическая коррупция и ненадлежащее использование ресурсов государства. ...Чтобы ситуация изменилась, требуется обновление политических элит. Необходимо, чтобы на политической арене появились новые лица, реагирующие на проблемы, которые беспокоят общественность, и представляющие интересы граждан, а не бизнеса» [26].

Выводы и рекомендации

В истории неоднократно было так, что новый порядок отношений в обществе уже формировался, в то время как люди воспринимали его через оптику категорий и понятий, которые принадлежали предыдущему порядку. Рассматривая проблемы демократического транзита в Украине, можно сформулировать гипотезу, которая состоит в том, что динамика общественных изменений в условиях информационного общества и современной глобализации такова, что, возможно, мы имеем дело с новым историческим феноменом. Суть его состоит в том, что оптика восприятия процесса трансформации (всегда связанная со сменой поколений) оказалась менее динамичной, чем собственно сам предмет восприятия – трансформации общественных порядков. В этих условиях общество «не заметило» фазы завершения демократического транзита и, в силу этого, было настроено на продолжение изменения порядков, которые давали возможность всем общественным группам и интересам быть представленными в политическом процессе и влиять на характер пространства общего, которым была Украина для живущих в ней граждан. Сама эта возможность, сам демократический порядок не решал имевшихся противоречий и, в отсутствии собственно культуры демократии (предполагающий безусловную установку на диалог и недопустимость силовых решений). Возникший демократический порядок поставил на повестку дня противоречия, с которыми представители правящих элит не справились и вошли в фазу силового противостояния. Сама эта фаза стала основанием для отрицания демократии. **Возможно, так Украина «проскочила» демократию, не справилась с её возможностями и начала движение в сторону разрушения возникших было демократических институтов, однако отношение к идее демократии не изменилось так быстро.** Демократические институты в начале 2000-х гг. сложились в том виде, как они были возможны в посттоталитарном обществе, и не соответствовали лекалам имевшихся в обществе представлений

о демократии. В процесс политико-правового общения были вовлечены акторы с различной ориентацией интересов, при том, что институты общественного диалога и культура диалогичности не были сформированы исторически. Многие участники демократического процесса ориентировались на силовые способы разрешения противоречий и имели цели реваншистского толка. Это сделало возможным ряд демократических потрясений, результатом которых стали многочисленные новые напряжения и конфликты. В рамках такой гипотезы демократия возникла, но не смогла устояться, однако сама идея демократии продолжает жить в общественном сознании как недоделанное «домашнее задание» двадцатипятилетней давности. Общество не хочет признать факт того, что оно прожило четверть века, реализовало задачи демократической трансформации, однако в возникших условиях у него не оказалось консолидирующего фактора, начались открытые конфликты и попятные политические трансформации. При этом для общественного сознания все эти движения не укладываются в имеющиеся у него представления о демократии. Это проблема исторического переживания посттоталитаризма – идея демократии остается базисной для общественного самоопределения поколения, сформировавшегося в позднесоветский период части постсоветского поколения.

Люди в Украине путали и путают западную демократию с западным обществом потребления. Демократизация в Украине – прежде всего, изначально политический проект власти, что предполагает в конечном итоге обусловленность этого проекта интересами тех групп, которые формируют и удерживают власть. Поэтому её ход, а также результаты определяются в значительной степени властью как проекцией меняющихся интересов правящих групп. Очень многое зависит как от ее приверженности демократическим принципам, так и от умения их «сопрягать» с задачами экономической либерализации, построения правового, независимого государства.

Отсутствие у бизнес-элит цивилизованного опыта и политико-правовой культуры улаживания конфликтов сказывается и на характере реализации проекта демократизации страны. В силу подобных исторических причин и специфики массового сознания Украина на протяжении многих лет находится в состоянии длящегося гражданского конфликта. Его повестка меняется, позиции сторон отражаются в медиа-пространстве или вытесняются из него, возникают разные средства взаимодействия сторон, вплоть до вооруженного противостояния.

С 2014 г. эту повестку многие силы пытаются сделать частью континентальной военно-политической ситуации, чтобы получить открытую силовую поддержку со стороны геополитических игроков глобального уровня. Общество милитаризовано – «язык войны» господствует в медиа-сфере и политической повестке, только в силовых структурах насчитывается до полумиллиона служащих. Это при том, что в Украине на момент начала вооруженных конфликтов насчитывалось около 10 млн работающих. При этом для сторонников демократии существует вопрос, почти не задавае-

мый в их адрес. Где на самом деле были «демократы»? Власть действует от их имени. Многие из считающих себя демократами стали стороной в этом конфликте. После начала конфликта не задумываться было, если не лучше, то легче: «ватники» и «вышиватники» стали друг против друга, сплотив ряды.

Нежелание переосмыслить и переоценить свое место в происходящем, вероятно, мешает озаботиться и самой сутью происходящего. Часть политикума страны, определявшая себя в качестве «демократов», отказавшись от самоопределения в исторических масштабах, сама определила свою роль в отведенные им годы. Это роль «кушать подано». Отказываясь от осознанного выбора, всегда отдаешь право выбора другому. И забвение собственного, прижизненного прошлого – штука тоже небезобидная, как и замалчивание реальных проблем. Например, в Украине за годы конфликта не было ни одной демонстрации против войны – их просто некому организовывать, поскольку считающие себя демократами активно включились в повестку войны и не озабочены проблемой формирования мирного диалога. А диалог – это отношения между гражданами, стоящими на разных позициях, в том числе и относительно перспектив войны, относительно формулы мира. В итоге получилось как раз то, о чем предупреждал российское общество в 1993 г. (после расстрела Парламента) историк и философ М. Гефтер: «...Сегодня страстная односторонность естественна. Раскол, породивший кровь, еще живуч. Но если кто-то попытается насильно сделать немим этот раскол, обезголосить эту распря, то это будет страшный промах и даже хуже – преступление. Ибо это означало бы первый спазм гражданской войны превратить в перманентное, скрытое ожидание ее, в готовность к ней...» [27]. С 2014 г. мы живем в стране, на территории которой происходит вооруженный конфликт. При этом Украина и «неконтролируемые территории» похожи в том, что идею демократии люди начали воспринимать как слишком далекую от своего жизненного мира, от того общества, в котором приходится решать общие проблемы.

Демократия у нас не смогла стать реальностью, а осталась на уровне «модной» идеи. Как тут не вспомнить предупреждение Конфуция о том, что «когда слова теряют свои значения, то народ теряет свободу». На протяжении многих лет происходит раскол массового сознания, в котором ни одна из альтернатив видения причин кризиса и путей выхода из него не получает несомненной поддержки. Поэтому будущее политическое лицо Украины рассматривается политическими партиями по-разному и довольно декларативно. Общим трендом политической жизни страны для народа Украины стали и наступление на гражданские свободы, готовность власти жертвовать интересами граждан ради политических фантазий в виде реформ, и слепая вера в присоединение к внешнему источнику социального порядка (России или ЕС с НАТО), пускай даже вопреки воле и интересам этих внешних агентов. «Потому что мы европейцы», – повторяют как мантру в Киеве, «потому что мы русские», – вторят им в Донецке и Луганске.

Подобный феномен - вера в «хитрый план». При этом одни верят в хитрый план Запада по обузданию Путина, а другие – наоборот, в хитрый план Путина по обузданию Запада. А потому, сколько бы не отталкивали граждан Украины партнёры противоположных взглядов, всегда будет возможность удобного объяснения происходящего. Общественный диалог не складывается, он даже не видится обществом и властью как актуальная задача, а потому договориться о чем бы то ни было не получается. ДIALOG – это всегда отношения людей с разными взглядами и позициями, что предполагает соответствующую культуру, навыки, организационное обеспечение.

Пытаясь видеть в демократии цель общественной трансформации, неизбежно приходится абстрагироваться от содержания конкретно-исторического процесса общественной жизни, то есть от воспроизводства комплекса отношений, характеризующихся понятием «либеральный капитализм». Демократия, с этой точки зрения, – это политический порядок, который обеспечивает развитие института частной собственности как основы хозяйственной и социальной жизни народа, то есть производство и накопление прибавочной стоимости. В условиях глобализации и образование прибавочной стоимости и её накопление происходят на наднациональном уровне, поэтому идея демократии имеет не прямое отношение к процессам, происходящим на уровне национального государства. Однако идея демократии в Украине была компонентом национально-государственного строительства, она ограничивалась национально-территориальными рамками. Возможно, именно поэтому демократия в общественном сознании превратилась в симулякр, в фантом невозможных событий – оторванное от реалий жизни абстрактное представление. Вместе с тем многие в стране понимают, что именно в таких условиях и необходима демократия, именно в ситуации разобщённости она может проявить свой консолидирующий потенциал. Поэтому переосмысление идеи демократии в новых исторических условиях видится в качестве одной из актуальных задач интеллектуального плана – в прежней трактовке и прежнем понимании эта идея изжита, утратила свою действенность в силу исторических перемен, а новый модус её понимания ещё не выработан. Вероятно, дискуссии о демократии могут переместиться на уровень меньшей абстракции – ведь мы имеем дело с кризисом конкретного понимания демократии как средства и условия реализации общественных отношений, ориентированных на принципы радикального либерализма.

За прошедший период в Украине сформировалось общество со значительным потенциалом недоверия и социальной несправедливости. Представляется вероятным, что вектор переосмысления идеи демократии может быть направлен от идеи капитализма к идее социализма в его прошлых, современных и перспективных формах. Представления о том, что общество должно иметь возможность и способность, независимо от сложности устройства своей социальной стратификации, контролировать совокупно произведенный продукт и справедливо его перераспределять, остаются

весьма популярными среди народа Украины. Поэтому вариант социалистического прочтения идеи демократии имеет шанс быть востребованной. Не удивительно, что потенциал социального напряжения оживляет интерес к известным концептам «национал-социализма» и, потенциально, левого радикализма. Социалистическую риторорику активно осваивает и откровенно популистская часть украинского политикума. Если не смотреть в прошлое нашей страны, то в этом отношении интерес может вызвать также успешный опыт общественного и политического развития современного Китая. Доктрина развития, заявленная современным Китаем, вполне соответствует принципам демократии: «Китай развивает отношения с сопредельными странами в соответствии с концепцией «доброжелательность, искренность, взаимовыгодность и инклюзивность» и внешнеполитическим курсом на доброжелательные и партнерские отношения с соседними странами. Китай укрепляет сплочённость и сотрудничество с развивающимися странами на основании концепции «правдивость, деловитость, душевная близость и искренность» и правильного понимания справедливости и выгоды» [28]. Эта страна, вместо строительства исключительно капиталистической рыночной экономики как общественной цели, ориентируется на создание в глобальном плане «человеческого сообщества единой судьбы», сосуществование и соразвитие народов мира. Во внутреннем плане ориентирована на развитие социалистической консультативной демократии: «Необходимо укреплять институциональные гарантии положения народа как хозяина страны, выявлять важнейшую роль социалистической консультативной демократии, развивать практику управления государством на правовой основе...» [29]. Возможно, идея демократии будет в новом периоде жизни страны развиваться в направлении строительства «социализма с у

Если рассматривать историческую ситуацию, в которой происходит кризис демократических представлений украинского общества, то можно заметить, что дело не только в специфическом этосе украинской политики, делающем любую договорённость делом крайне трудным, если не вовсе невозможным. Дело еще и в том, что прагматическая логика XVIII в. — подписывать соглашения, исходя из фактического положения дел, в современном мире не работает и в ряде других случаев. Как правило, в современном мире конфликты не завершаются — начинаются ссылки на разные превосходные принципы, причём у каждой стороны свои, зачастую прямо противоречащие друг другу. Но все эти принципы превосходные. Никаких окончательных мирных договоров поэтому не подписывается, а в лучшем случае конфликт замораживается. Возникает некая компромиссная в отношении авторитарных тенденций фигура умолчания, скроенная по принципу «не время еще, но уже очень скоро» — демократия требует жертвенного отношения и «умения подождать», как и всякая социальная утопия. В этом контексте специфически воспринимаются слова Генерального секретаря Римского клуба Г. Макстона из его интервью украинскому изда-

нию «Фокус» 6 октября 2017 г.: «Мир будущего я вижу стремительно движущимся к кризису. И так будет, если ничего не изменится. Мы должны сократить количество населения, изменить экономическую систему, инвестировать в глобальное правительство, которое бы занималось некоторыми из этих масштабных вопросов. Пора менять существующую политическую систему. На самом деле она не обязательно должна быть настолько демократической, как принято считать. Нужно, чтобы большими, сложными проблемами занимались несколько умных людей, которые сумели бы решить их правильно, не рассчитывая на краткосрочную личную выгоду» [30].

Рассматривая перспективу укрепления идеологических основ демократии в Украине и сохранения её перспектив, следует обратить внимание на следующее.

1. Идея демократии в украинском обществе прошла ряд стадий своего развития, и возник вызов, связанный со сменой социально активных поколений. В связи с тем, что эта идея была основой риторики власти, прикрывавшей институциональную деградацию страны, в течение периода формирования нового социально активного поколения возник потенциал отрицания этой идеи как основы дальнейшего развития политической системы страны. Новое видение демократии формируется в нескольких горизонтах – развития информационного общества, нациестроительства и борьбы против демократии под националистическими и, в перспективе, социалистическими лозунгами. Необходимо формирование нового диалога о демократии, который исходил бы из реалий современной Украины и перспектив XXI в.

2. То, в какой мере будет переосмыслен опыт формирования демократических практик периода советской Украины, будет ли отброшен исторический опыт народа, обретенный в XX в. в угоду искусственным моделям демократизации, определит дальнейшее восприятие многими категориями населения как самой идеи демократии, так и связанных с нею практик. Попытки исключить из исторической памяти опыт демократии советского периода ведут к тому, что значительная часть населения страны воспринимает её исключительно как политическую риторику, идеологическое средство реализации интересов правящих групп. Это ведёт к дискредитации в общественном сознании идеи демократии и обострению интереса к альтернативным демократии концепциям политической жизни.

3. Важно, насколько в условиях смены поколений будут сформированы условия диалога между поколениями и решен вопрос преемственности в развитии общественной идеологии. Многое зависит от того, сумеет ли украинское общество в лице интеллектуальной элиты осознать критическое значение сохранения демократических начал для своего исторического будущего в условиях XXI в., либо же оно скатится в лоно тоталитарной утопии этнонационалистического толка. В этом отношении существенное зна-

чение принадлежит политике исторической памяти (направленной сегодня на разрыв поколений) и гуманитарной политике государства в целом.

4. В сфере гуманитарной политики, культуры и общественной коммуникации важно исходить из принципов внутреннего разнообразия и диалогичности общества. Лишь на этой основе могут формироваться условия для того, чтобы люди, обладающие различным опытом освоения идеи демократии, смогли осознать собственную специфику видения этой идеи, а через это – специфику видения своих оппонентов. Это позволит вступить в диалог с носителями другого видения и опыта, прийти к консенсусу относительно важнейших вопросов жизни современной Украины. В этом отношении важно то, насколько будет обеспечена свобода слова и возможность деятельности медиа и общественных организаций, выражающих позиции, не совпадающие с государственной точкой зрения на процессы в обществе.

5. В какой мере и на каком основании будет формироваться дискурс, интегрирующий видения идеи демократии в мировоззренческих горизонтах, свойственных различным культурным укладам. Для движения в этом направлении необходимы специальные социологические и культурологические исследования и формирование новых инновационных социальных институтов, предметом деятельности которых был бы диалог на этом уровне.

6. Как долго идея войны как основы общественной консолидации будет господствовать в сфере общественных коммуникаций, определит отношение к идее демократии следующего поколения народа Украины.

7. Проблема демократии в Украине – отсутствие реальной социальной повестки, которая поддерживалась бы всем обществом и реализация которой требовала бы совместных усилий в рамках демократических процедур. Более того, медиа-машины войны работают на то, чтобы такого общего не сложилось и в ближайшем будущем – людей стравливают по территориальным, этническим, конфессиональным признакам. Однако объективно повестка консолидации общества на демократических началах существует, она придаст новый импульс идее демократии в Украине. Это повестка мира и реинтеграции страны, предполагающая включение всего многообразия интересов, имеющих в обществе. Это повестка включенности Украины в континентальные и глобальные процессы. Строительство мира в обществе, формирование общественного диалога, демобилизация общества и решение многочисленных социальных проблем – все это может стать предметом вовлечения людей в новое пространство общего. И идея демократии в этом отношении имеет значительный, если не уникальный, потенциал. Миротворчество как создание нового общественного порядка может быть реальным мотивом сотрудничества и диалога и предполагает развитие демократических начал. Не покончив с войной, имитациями демократии, а также «купленной демократией» в виде занимающихся далекими от проблем миллионов украинцев НГО, Украина не сможет перейти к реальной демократии в новых исторических условиях.

Украина выработала некоторые составляющие демократических механизмов и прожила с идеей демократии более четверти века, предпосылки для сохранения и развития демократии все же имеются – несмотря на описанные выше проблемы. Но это не автоматический процесс, он требует осознанных усилий как исследовательского сообщества, так и тех политических сил, которые заинтересованы в развитии демократического будущего своего народа.

Список использованной литературы

1. Особливості становлення демократії та впровадження демократичних цінностей в Україні й світі. URL: <http://veche.kiev.ua/journal/2183/> (дата звернення: 01.12.2017).
2. Украина – в рейтинге развития демократии: прогресс скромный. URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/tb-ukraine-freedom-house-nations-in-transit-rating/3795993.html> (дата звернення: 01.12.2017).
3. Евстратий Зоря Украинская демократия напоминает культ Карго Читайте больше тут. URL: https://zik.ua/ru/news/2017/07/21/ukraynskaya_demokratyya_napomynaet_kult_kargo_evstratyy_zorya_1136581 http://zik.ua/ru/news/2017/07/21/ukraynskaya_demokratyya_napomynaet_kult_kargo_evstratyy_zorya_1136581 (дата звернення: 01.12.2017).
4. Петрик С. В Украине от демократии до диктатуры один шаг. Многие его одобряют! URL: <https://www.segodnya.ua/opinion/petrykcolumn/v-ukraine-ot-demokratii-do-diktatury-odin-shag-mnogie-ego-odobryat--738023.html> (дата звернення: 01.12.2017).
5. Основы казацкой демократии. URL: <http://v-karpaty.ru/karpaty/velikie-sobytiya-v-istorii-kozackoi-ukrainy/osnovy-kazackoi-demokratii/> (дата звернення: 01.12.2017).
6. Василь Стус про соціалізм. URL: <http://kazak-nation.livejournal.com/-370230.html> (дата звернення: 01.12.2017).
7. Единбургський погляд на історію демократії від давніх часів до майбутніх можливостей / за ред. Б. Айзехена та С. Стоквелла ; пер. з англ.. Харків : Фоліо. 2016. С. 624.
8. Шульга А. Что мешает украинской демократии. URL: <https://zn.ua/SOCIUM/chto-meshaet-ukrainskoj-demokratii-.html?action=sort&sort=-popular&slice=0&limit=20> (дата звернення: 01.12.2017).
9. Шульга А. Что мешает украинской демократии. URL: <https://zn.ua/SOCIUM/chto-meshaet-ukrainskoj-demokratii-.html> (дата звернення: 01.12.2017).
10. Гайдучий П. І. НеЗабуті реформи в Україні. Київ : ТОВ «ДКС-центр», 2017. С. 213.
11. Carothers T. Revising the Transition Paradigm. URL: <http://www.journalofdemocracy.org/articles/gratis/Carothers-13-1.pdf> (дата звернення: 01.12.2017).
12. Фисун А. А. Демократия, неопатримониализм и глобальные трансформации : монография. Харьков : Константа, 2006. 352 с.
13. Малинкович В. О причинах «оранжевой революции» в Украине. URL: http://www.igpi.ru/monitoring/ukraine/new_ukr/revolution/1118840376.html (дата звернення: 01.12.2017).
14. Гайдучий П. І. НеЗабуті реформи в Україні. Київ : ТОВ «ДКС-центр», 2017. С. 218–219.
15. Carothers T. Revising the Transition Paradigm. URL: <http://www.journalofdemocracy.org/articles/gratis/Carothers-13-1.pdf>. (дата звернення: 01.12.2017).
16. Гайдучий П. І. Незабуті реформи в Україні. Київ : ТОВ «ДКС-центр», 2017. С. 222.
17. Рябчук Н. Украинская трансформация: между демократией и авторитаризмом. URL: <http://www.bigyalta.com.ua/story/7228> (дата звернення: 16.01.2018).
18. Федоришин Н. Відповідальність. URL: <https://zbruc.eu/node/71712> (дата звернення: 01.12.2017).

19. Демократия участия: чему Украина может научить мир. URL: <http://www.eurointegration.com.ua/rus/experts/2017/03/31/7063821/> (дата звернення: 16.01.2018).
20. Павел Роднин Блокчейн-Демократія в Україні. URL: <http://www.rodnin.com.ua/blokcheyn-demokratiya-v-ukrayini/> (дата звернення: 16.01.2018).
21. Ложный инстинкт: идея государства, которая подвела украинцев. URL: <https://daily.rbc.ua/rus/show/lozhnyy-instinkt-ideya-gosudarstva-kotoraya-1459421420.html> (дата звернення: 16.01.2018).
22. О бедной демократии замолвите слово. URL: https://durdum.in.ua/uk/main/article_print/article_id/29741.phtml (дата звернення: 16.01.2018).
23. Юрий Бутусов о будущем Украины. URL: <http://idealist.media/index.php/yuriy-butusov-o-buduschem-ukrainyi/> (дата звернення: 01.12.2017).
24. Куйбіда В. Нація і пряма демократія. URL: <https://zbruc.eu/node/59436> (дата звернення: 01.12.2017).
25. Глузман С. Горькие строки. URL: https://lb.ua/society/2017/10/09/378716_gorkie_stroki.html (дата звернення: 01.12.2017).
26. URL: <http://fromua.news/article/54837208/ne-te-eliti-v-es-vipustili-doklad-o-politicheskom-obnovlenii-moldavi/> (дата звернення: 16.01.2018).
27. Черкасов А. Длинный солнечный день накануне. «Малая гражданская». Москва. Октябрь 1993. URL: <http://gefter.ru/archive/6354> (дата звернення: 01.12.2017).
28. Си Цзиньпин призвал неизменно идти по пути мирного развития, стимулировать создание сообщества единой судьбы человечества. URL: http://russian.news.cn/2017-10/18/c_136689233.htm (дата звернення: 01.12.2017).
29. Резолюция XIX Всекитайского съезда КПК по докладу Центрального комитета КПК 18-го созыва. URL: http://russian.news.cn/2017-10/24/c_136703053.htm (дата звернення: 01.12.2017).
30. Макстон Г. Жестокое далёко. Что ждёт Украину и мир в будущем. URL: https://focus.ua/country/384246/?utm_campaign=web_push&utm_source=1034 (дата звернення: 01.12.2017).

Стаття надійшла до редакції 26.01.2018.

Щербина В. М. Ідея демократії в історичних трансформаціях багатокладного суспільства України

У статті розглянуто проблему соціально-історичних чинників трансформації сприйняття, розуміння й концептуалізації ідеї демократії в українському суспільстві. Серед чинників виділено сукупність культурно-історичних уявлень про історію українського суспільства, присутніх у масовій свідомості, і тих, що впливають на характер концептуалізації ідеї демократії. Проаналізовано уявлення про демократію як автохтонну рису українського народу з давніх часів, уявлення про демократію як таку, що впливає на формування державності в ХХ ст., уявлення про демократію як складову соціально-політичних трансформацій періоду переходу до незалежності. Зроблено висновок про те, що на той період ідея демократії виконувала ряд соціальних функцій: була образом майбутнього, інструментом соціальної уяви, основою суспільного консенсусу й ідеєю різнорідних соціальних суб'єктів, що домінувала. Українське суспільство змінилося: в умовах демократичного транзиту сформувалося нове покоління соціальних акторів, яке по-новому сприймає ідею демократії. У світоглядних горизонтах різних соціальних устроїв ідея демократії сприймається масовою свідомістю по-різному. Це передбачає необхідність формування нового соціального механізму для досягнення громадської згоди щодо її необхідності в громадських практиках. Ідея демократії в умовах зміни поколінь набуває нового прочитання: виникають як її нові прибічники, так і її нові супротивники. Зроблено висновок про те, що історичні трансформації останнього періоду передбачають нове прочитання ідеї демократії відповідно до необхідності організації широкого громадського діалогу в умовах українського суспільства, що змінилося.

Ключові слова: ідея демократії, суспільство, трансформація громадських уявлень, трансформація суспільства, культурні устрої, демократичний транзит.

Shcherbina V. An Idea of Democracy is in Historical Transformations Multicultural Mode Society of Ukraine

The problem of socially-historical factors of transformation of perception, understanding and conceptualisation of idea of democracy in Ukrainian society is examined in the article. Among factors an author distinguishes totality in a civilized manner historical ideas about history of Ukrainian society, present person in mass consciousness and influencing on character of conceptualisation of idea of democracy. An author analyses ideas about democracy as indigenous line of the Ukrainian people from ancient times, idea about democracy as making forming of the state system in XX of item, idea about democracy as constituent of socio-political transformations of period of passing to independence. In the article drawn conclusion that on a that period the idea of democracy executed the row of social functions – became character of the future, instrument of social imagination, basis of public consensus and dominant idea of heterogeneous social subjects. Ukrainian society changed – in the conditions of democratic transit the new generation of social actors, that perceives the idea of democracy newly, was formed. In world view horizons of the different social modes the idea of democracy is perceived by mass consciousness by different character. It envisages the necessity of forming of new social mechanism for the achievement of public consent in relation to her necessity for public practices. The idea of democracy in the conditions of digenesis finds the new reading – there are both her new followers and her new opponents. An author draws conclusion that historical transformations of the last period envisage the new reading of idea of democracy in accordance with the necessity of organization of wide public dialogue in the conditions of changing Ukrainian society.

Key words: idea of democracy, society, transformation of public presentations, transformation of society, cultural modes, democratic transit.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316

Т. Л. БАГАЕВА

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ БРЕНДИНГА: ПОИСК МЕТОДА

Статья посвящена методологическим проблемам социологии брендинга. Результатом исследования стал анализ процессов управления в сложных коммуникационных системах. Концепт социологии брендинга представлен через объяснительную модель (Bounty-модель), когнитивный стиль, аналитический метод, способы перехода от общих концептуальных понятий к технологическим и операциональным, управленческий инструментарий. Показано, как при помощи метода социологии брендинга возможно решить задачи рефлексивного управления в комплексных коммуникационных системах, учесть их гибридную природу, включающую функциональную и символическую компоненты, а также принципиальное отличие характеристик коммуникационной системы на этапах линейного и нелинейного управления. Исследование выявило, что метод социологии брендинга требует ввода новой эпистемической матрицы – аутопоэтической.

Ключевые слова: *пост-глобализационная социология, бренд, брендинг, социология брендинга, сложная коммуникационная система, Bounty-модель, soft power, StratCom, Reflexive Control, аутопоэтическая эпистемическая матрица.*

Управление коммуникациями, к которым автор относит брендинг, soft power, StratCom (стратегические коммуникации), RC *Reflexive Control*, имеющие общую морфологию, стало сверхсложным. Его совершенствование представляет собой актуальную проблему на фоне того, что с помощью технологий брендинга, помимо товаров и услуг, в настоящее время продвигают в конкурентном пространстве и выводят на уровень брендов различные объекты (территории, организации, личности, идеи, политические, научные, гуманитарные объекты, направления и т. д.). Социальные акторы функционируют в конкурентной среде, характеризуемой высокой степенью рискогенности, непредсказуемости, неопределенности перспектив предпринимаемых действий.

Широкий контекст брендинговой деятельности накануне знаковой «точки 2020» определяют новое качество социального порядка, фактор скорости социальных изменений, переоткрытие времени, виртуальная реальность, замена евроцентризма альтернативностью, возникновение гибридов социального и физического, увеличение рискогенности, плюрализация рациональностей (С. Кравченко). Проявились риски узкого контекста по мере выхода на рынок новых и сверхновых технологий, в частности технологий Big Data; Digital Marketing, резонансного реагирования, «пред-

восхищающей разведки» (anticipatory intelligence и др.), «коммуникационных цепочек воздействия» (КЦВ) – последовательного ряда событий и/или псевдособытий, которые с помощью СМИ и/или неформальных каналов коммуникации оказывают спонтанное либо запрограммированное воздействие на общественность, референтные группы и ключевых лиц.

Это предопределяет повышенный интерес со стороны и практиков, и исследователей. Назрела необходимость системного исследования процессов брендинга во времени, их анализа как совокупности социальных фактов, что позволило бы устанавливать состояние и прогнозировать развитие процессов брендинга, осуществляя анализ возможных событий с целью упреждающего или оперативного на них реагирования.

Постсоветские исследователи, которые специализируются в области управления коммуникационными процессами (экономисты и управленцы), как правило, адаптируют англоязычные тексты (М. Васильева, А. Надеин, С. Веселов, М. Дымшиц, В. Евстафьев, А. Зозулев, И. Крылов, Л. Мамлеева, В. Музыкант, В. Перция, И. Рожков, Е. Ромат, Е. Рудая, О. Савельева, А. Ульяновский и др.). Подробный анализ данных текстов проведен в монографическом исследовании «Брендинг в оптике социологии» [1].

Исследование маркетинговых подходов, моделей и схем, широко известных в профессиональных кругах рекламно-коммуникационной сферы и наиболее часто применяемых в практике брендинга, отражающих вопросы управления коммуникацией, показало актуальность формирования социологического взгляда на вопросы управления брендинговой деятельностью.

Данное исследование выявило, что рассмотренные модели и схемы (созданные на основе экономических подходов) представляют собой отдельные аспекты бренда и брендинга, которые мало корреспондируются и ни по отдельности, ни совокупности не позволяют сформировать цельную картину управления его процессами – универсальную конструкцию, дающую возможность мультифокальной рефлексии, предлагающую аналитическую базу для принятия решений и разработки радикально новых управленческих принципов [1, с. 124–138, 141].

Конструкций, предлагаемых маркетингом и гуманитаристикой, которые интересуются вопросами брендинга, недостаточно, чтобы упорядочить их понимание, свести объективное многообразие в определенные рубрики, «атомизировать» предмет исследования и осуществить попытку классификации.

Адекватная запросу практики комплексная модель управления брендинговой деятельностью – Bounty-модель, принимающая во внимание гибридную природу системы брендинга, включающей функциональную и символическую компоненты, а также принципиальное отличие характеристик системы брендинга на этапах линейного управления (со стороны субъекта), не может быть создана вне социологического метода.

Цель статьи – рассмотреть возможности формирования метода социологии брендинга. Для достижения данной цели предусмотрено решение каскада задач:

1) предложить подходы к методу социологии брендинга, позволяющему выявить механизмы управления его системой и способы ее анализа;

2) представить объяснительную модель управления коммуникациями как основу метода социологии брендинга (Bounty-модель);

3) раскрыть «кентавр»-составляющую (двойная рефлексия по Н. Черныш) метода социологии брендинга [19];

4) показать возможности использования в социологии брендинга метода эпистемических матриц – объективистской, интерпретативной и перформативной (В. Дудина);

5) рассмотреть целесообразность расширения перспективы субъекта познания с применением метода социологии брендинга при помощи новой эпистемической матрицы, представляющей перспективу исследования системы брендинга в переходных состояниях и в фазе аутопоэсиса;

6) осуществить дальнейший переход от концептуальных понятий к технологическим и операциональным, с помощью которых можно определить функциональные и логико-семантические аспекты коммуникационных систем;

7) показать конгруэнтность объяснительной модели социологии брендинга и ее перспективы в исследовании коммуникационных стратегий брендинга, soft power, reflexive control, Stratcom, управляемый хаос.

В 2014 г. в первых дискуссиях относительно амбициозного стремления автора сформулировать концепт социологии брендинга основной вопрос оппонентов был: «...и где же здесь социология?» Приходилось искать аргументы, отстаивающие право направлять «...фокус на онтологию» либо «...использовать постнеклассический философский концепт «метафизики тотальности», либо не терять из виду праксиологический, управленческий аспект «как это делать», а не ограничивать исследование исключительно рефлексивным.

Сообщество рассматривало предмет исследования либо как чисто маркетинговый, либо как узко феноменологический («бренд – это лишь образ, который используют в рекламных технологиях», «...исследование должно быть выстроено через определенный социологический концепт..., пишите по Бурдье или по Бодрийяру»).

Монография автора «Брендинг в оптике социологии» (2017) представила брендинг как сложную коммуникационную систему, однако сообществу привычнее рассматривать брендинг как еще одну «социальную технологию» [1].

Н. Черныш в докладе в октябре 2017 г. на III Конгрессе «Новые неравенства – новые конфликты: пути преодоления» Социологической ассоциации Украины в Харьковском университете и в последующих публикациях не только выдвинула гипотезу о «перевороте» социологии и старте в

2016 г. постглобализационного периода, но и выявила изменение исследовательской перспективы, обозначила ее характеристики [22].

Обрисуюм корреспонденції мета-теоретических смислов, определенных Н. Черныш, с позициями концепта социологии брендинга. Центральным темам социологии постглобализационного периода в социологии брендинга соответствуют:

Предмет исследования, который

1) отражает тенденцию стремительного расширения границ социологии, ее объекта и предмета, выходящих за пределы традиционных сфер социологического исследования (личность, группа, общество, человечество) и вводит в зону интереса социолога сложные саморазвивающиеся (адаптивные) системы;

2) вписан в присущие постглобализационной социологии тренды рефлексии относительно феноменов «искусственной» реальности, созданной управляющим субъектом в социальной практике, поскольку продуцирует концепты и модели сложных систем с эмерджентными характеристиками, исследует брендинг как сложную саморазвивающуюся саморегулирующуюся коммуникационную систему, в частности ее динамические трансформации и преобразования, переходные состояния.

Метод социологии брендинга, который: 1) предлагает холистический метод, синтезированный и синхронизированный инструментарий; 2) формирует когнитивный стиль – общую эпистемическую культуру дисциплины, закрепляющую специфику ее объяснительной модели, включающей в себя основной нарратива социологии брендинга эксплицитно-аналитической модели; 3) следует тенденции перехода от вербальных и невербальных методов социологических исследований к использованию цифровых технологий; 4) отражает тренд многофункциональной (двойной) социологической рефлексивности, поскольку использует «двойную оптику» (когнитивно-аналитическая модель в сочетании с эпистемическими матрицами); 5) предлагает «когнитивную сердцевину» – Bounty-модель, состоящую из набора объяснительных схем, соответствующих аксиоматическому ядру дисциплины (региональной онтологии), и совокупности объясняемых феноменов (феноменального поля) [2]; 6) оперирует логико-семантической составляющей системы брендинга, работая со смыслами; 7) встроен в тенденцию переноса исследовательского внимания на проявления конфликтов нового типа по поводу оппозитивных интересов и ценностей.

Трансдисциплинарность социологии брендинга, ее потенциал к эпистемической интервенции в поле других дисциплин, так как: 1) «вбирает в себя» трансдисциплинарную базу, в частности философские концепты («метафизика тотальности» В. Кизимы, «валюатива» Ю. Коротченко), маркетинга (критически переосмысленные 22 схемы, 11 стратегий, 5 подходов к интерпретации бренда и 10 подходов к интерпретации брендинговой деятельности, а также структурной лингвистики (перформатив), аксиологии, при сохранении социологического ядра; 2) осуществляет эпи-

стемическую интервенцию социологии в поле экономики (маркетинга) и других наук, встроена в тренд создания новых направлений науки по инициативе и с приоритетной ролью социологии; 3) выдерживает «замкнутость» каузальных рядов и ассимилирует в себя объяснительные модели других наук.

Также социология брендинга поддерживает обозначенный Н. Черныш тренд опоры на анализ конкретных эмпирических кейсов, поскольку процесс импорта одними объяснительными нарративами ресурсов других теоретических языков проиллюстрирован на эмпирическом материале.

Важно отметить включенность социологии брендинга в развитие гуманистической функции социологии, так как это «знание», открывая завесы манипулятивных технологий и делая «тайное знание» PR-щиков и «коммуникационных стратегов» явным, противостоит растущей дегуманизации, вызванной доминантной ролью внедрения новых технологий, направленных на «сдвиг окон Овертона», пренебрегающих интересам и стремлениям человека, а также тренд сближения постклассической и постнеклассической метапарадигм, особо отмеченный Н. Черныш, в ее трактовке быстроизменяющейся социокультурной реальности.

Таким образом, базовые смыслы социологии брендинга, которые автор продвигал, преодолевая сопротивление, в концепции Н. Черныш определены как направляющие для социологии и перспективные. Следовательно, региональная онтология социологии брендинга присутствует в авангарде центральных тем социологии.

Специфика процесса продвижения объекта в социальное пространство, приобретения им статуса бренда, функционирования в конкурентной среде в этом статусе предполагает полипарадигмальный подход, выработку и реализацию управленческих действий, способствующих предпочтительной динамике.

Стратегические задачи, стоящие перед управляющим субъектом: 1) формирование идеологического ядра (смысла, мифа, миссии) бренда; 2) внедрение объекта в социальную среду, его укрепление и поддержание; 3) достижение им статуса бренда; 4) функционирование бренда на временном отрезке при социальном воздействии на целевую аудиторию, **большем** у конкурентов.

Брендинговая деятельность нацелена на формирование социальной системы, которой присущи 11 функциональных признаков (Р. Мертон). Функционально взаимосвязанные элементы данной социальной системы, размещенной в координатах социального пространства (S) и времени (T) и управляемой через интегрирующую функцию (аттрактор), формирующую силу социального воздействия бренда (F) на общественную среду, выделены автором в Bounty-модели [1, с. 148]. Среди них инициатор продвижения объекта к статусу бренда, управляющий субъект, каналы информирования, основная и периферийная целевые аудитории.

Основная функция участников брендинговых процессов – продвижение в целевые аудитории смыслов, которые несет бренд (потребительские свойства, социальная значимость, миссия и т.д.). Данные смыслы выступают как «валюативная» хорда», связующая часть – ядро системы брендинга, функционирующее как внутри ее, так и в ее экологии (комплексе политических, социокультурных, экономических факторов) и объединяющее акторов брендингового процесса [8]. Сообщение бренда осуществляет сфокусированное коммуникативное воздействие и содержит как рациональный, так и иррациональный (эмоциональный) компоненты. Система присутствует в социальном пространстве (*S*) и во времени (*T*), сила воздействия бренда (*F*) на целевые аудитории и экологию возрастает.

На первых этапах брендинговой деятельности (продвигаемый объект еще не приобрел статус бренда) «работает» линейное управление, основанное на результатах маркетинговых исследований (конъюнктурного, конкурентного, сегментационного, медиа-анализа), в которых учитывают социо-демографические и психологические факторы, характерные для целевой аудитории сообщения о бренде, потребительские свойства объекта продвижения (реальные и/или мифологизированные).

Однако в дальнейшем маркетинговый подход показывает себя недостаточно результативным, поскольку брендинговый процесс вовлекает все новых и новых участников со своими интенциями, ожиданиями и предпочтениями, реактивными действиями на активность управляющего субъекта, на сигналы, идущие от внутренней и внешней среды. Возникают факторы, способствующие/препятствующие продвижению бренда. Например, таким фактором, предложившим в настоящее время поле для рефлексии и инновационной деятельности управляющего субъекта в системе брендинга, выступает сфера Digital (коммуникация, социальные сети, блоги, представляющие бренд в разнообразных ракурсах).

Необходимо найти инновационные пути и методы совершенствования управления брендинговой деятельностью, выявить ключевые факторы, влияющие на функционирование и результативность процессов брендинга, с целью достижения максимально точных предсказаний динамики бренда (*forecast*), адекватного планирования (*predict*) брендинговой деятельности и, соответственно, действий управляющего субъекта на различных ее стадиях. Управляющий субъект, который одновременно исполняет и роль исследователя, должен задействовать триаду «наблюдение – интерпретация – внедрение в процесс».

Основы протокола, устанавливающего «правила игры» и диктующего поведение социальных акторов, сформировали: *позиция исследователя* – специфическая перспектива субъекта познания; *предметная сфера* – проблематизированная область реальности, на которую направлен исследовательский интерес; *теория* – идеальная схема реальности; а также *метод* – способ действия в рамках определенной предметной сферы (В. Дудина) [3].

Поиск метода социологии брендинга осуществляется через Bounty-модель и эпистемические матрицы. Маркетинговые методы, базовые в управленческих действиях, в рамках брендинга весьма продуктивны, однако мы оставляем за рамками нашего внимания аспекты создания и продвижения брендов, присущие маркетинговой исследовательской парадигме, так как они детально изучены и изложены в многочисленных трудах маркетологов.

Опасность для устойчивости состояния или предпочтительного развития системы брендинга заключена в скорости изменений в социуме и в самой системе, в мозаике взаимозависимых событий, реакции на них социальных акторов, предопределенной многополярностью их мнений и интенций.

Учитывая специфику и функциональные возможности ключевых элементов системы брендинга – участников брендингового процесса, можно выявить их коммуникативные взаимосвязи, точки сопряжения и взаимодействия, учесть причины и следствия социальных процессов, влияющих на данные элементы, отбросить детали, выбрать релевантные управленческие действия.

Управляющий субъект на основе опыта, рефлексии, интуиции способен уловить закономерности развития системы брендинга, ее динамику, функции, как социально-полезные, так и дисфункциональные. Наряду с явными функциями зачастую имеют место неявные, латентные.

Вектор управленческих решений, предопределяющих развитие системы брендинга, предполагает воздействие на «рефлексивные точки» (В. Лефевр), связанные с прохождением системой бифуркации,

Перспективным является использование метода эпистемических матриц социологического знания, разработанного В. Дудиной, который дает управляющему субъекту возможность учитывать нюансы собственного восприятия, понимать проблемные ситуации и генерирующие их факторы, принимать адекватные решения. В исследовании системы брендинга с помощью матриц В. Дудиной могут быть пассивно зафиксированы социально обусловленные события и явления (объективистская матрица); найдены им объяснения, чему способствуют референтные теории и концепты (интерпретативная матрица); зафиксированы действия, направленные на изменение ситуации в системе, которые необходимы, по мнению управляющего субъекта, их результаты, контроль и корректирование действий (перформативная матрица).

Метод социологии брендинга дает управляющему субъекту инструмент воздействия на процессы, происходящие в коммуникационной системе, в том числе при появлении в ней признаков хаоса, дает возможность находить адекватные управленческие решения, применяя акупунктурное воздействие на рискогенные элементы.

Перечислим основные принципы:

- «кентавр-управление» («двойная рефлексивность» по Н. Черныш): управляющий субъект выступает и исследователем, и руководителем брендингового процесса;
- поэлементное исследование брендинга как социальной системы на основе комплексной когнитивно-аналитической исследовательской модели (Bounty-модели);
- валютативное взаимодействие (связи в коммуникационной системе через аксиологическую составляющую);
- рефлексия в оптике эпистемических матриц: объективистской, интерпретативной, перформативной.

Таким образом, суть метода социологии брендинга, в котором управляющий субъект выступает как исследователь и как руководитель брендингового процесса, состоит в поэлементном исследовании брендинга как социальной системы (на основе Bounty-модели), в оптике объективистской, интерпретативной и перформативной эпистемических матриц и в динамике переходных состояний (аутопоэтическая матрица).

С помощью метода социологии брендинга возможно осуществлять дифференцированный анализ элементов и функций, зон, переходов, каналов коммуникационной системы, выявлять точки бифуркации, грозящие нарушением ее устойчивости или неблагоприятным развитием, и управлять «движением смыслов» и др.

Метод социологии брендинга дает возможность на начальном этапе продвижения объекта к статусу бренда закладывать в него коллаж социально значимых смыслов, «связывающих» жизнеспособность коммуникационной системы, соответствующих вызовам времени, миграцию от устаревших ценностей к новым. Данный метод усиливает актуальный концепт ЕСД – «единого стратегического дизайна» (стратегического контента), предложенного Е. Егоровой в 2002 г. на конференции LBS International I Conference по рекламе и маркетингу, а также «платформы бренда» (Interbrand), которые предполагают формирование сообщения о бренде, сохраняющего в долгосрочной перспективе актуальность смысла, вложенного в него [15; 16]. При этом результативность воздействия бренда связана со сломом смыслов, трансформацией ценностей и традиций и требует «жестких» коммуникационных технологий, способных блокировать рефлексия, при том, что восприятие контента сообщения о бренде представителями целевой аудитории происходит в контексте внешних событий и часто требует новой интерпретации такого сообщения, корректировки аргументации.

Метод социологии брендинга предусматривает комплекс действий *управляющего субъекта в трех направлениях:*

В системно-функциональном дискурсе (объективистская матрица): через элементы, зоны, функции, рассмотренные в координатах системы времени, социального пространства и силы социального воздействия.

В інтерпретативном дискурсе (интерпретативная матрица) метод социологии брендинга рекомендует: рассмотреть бренд как виртуальную символическую структуру, разработать варианты «идеализированного» будущего системы брендинга, выстроенной вокруг бренда, осуществить ревизию средств достижения цели (логико-семантическая составляющая) при использовании единиц анализа (нарратив, валюатив, перформатив) [5; 8; 11; 13; 20].

В динамическом дискурсе (перформативная матрица) система брендинга проходит пять фаз: 1) внедрения продвигаемого объекта в социальное пространство; 2) усиления влияния на целевую аудиторию, расширения ее охвата сообщением о бренде, активизации социальных акторов, вовлеченных в процесс брендинга; 3) формирования у объекта статуса бренда; 4) укрепления его позиции, усложнения системы брендинга, ее экспансии на перспективные сегменты целевой аудитории; 5) саморазвития (самоорганизации), принятия мер, противодействующих процессам, угрожающим стабильности и жизнеспособности системы.

Метод социологии брендинга предоставляет основу для социальной технологии, сформулированной автором в виде конкретных рекомендаций управляющему субъекту.

Системно-функциональная составляющая: 1) сформировать представление о будущей системе брендинга; 2) операционализировать совокупность базовых средств брендинговой деятельности через социологический инструментарий; 3) вычленив в системе брендинга элементы, которые конституируют ее как целое (при этом не утрачивают идентичности, адаптируясь к внешним условиям при изменении ее структуры), структуру системы брендинга, связи, «петли коммуникации», управленческие контуры, а также выявить характер взаимодействия основных ее элементов (У. Матурана); 4) выявить явные и латентные функции системы брендинга, важные для перспектив ее стабильности/развития; 5) определить интегрирующую функцию (функцию управления), а также аттрактор – вектор, который стремится к системе более высокого уровня; 6) выделить открытую и скрытую (латентную) дуги основной «коммуникационной петли», состоящей из посыла и обратной связи; 7) выявить медиа, способные адекватно донести транслируемый смысл; 8) найти дополнительные возможности для повышения результативности и оптимизации взаимодействия медиа; 9) сформировать систему мониторинга обратной связи между элементами системы.

Логико-семантическая составляющая: 1) определить способы интеграции системы брендинга в социальные системы более высокого уровня (культуры, социума, психики, тела, языка, родовой/социальной памяти/картины мира) через управляющий аттрактор; 2) упаковать «коллаж смыслов», продвигаемых брендом, в социально значимый фрейм, влияющий на реакцию и действия социальных акторов; 3) оценить актуальность данных смыслов и необходимость их реконфигурации;

4) обеспечить целенаправленную трансляцию/ретрансляцию идеологического комплекса, воплощенного в коллаже смыслов бренда; 5) осуществить мониторинг восприятия заданных смыслов.

Перформативная составляющая. Перспектива исследования в перформативной матрице состоит в рефлексии относительно динамической составляющей в рамках линейного управления. Управляющий субъект должен иметь компетенции в работе со смыслами бренда: редуцировать нежелательные сценарии; создавать новые мифологемы и трансформировать старые; перекодировать установки участников коммуникационного процесса, побуждать их к действиям, соответствующим интенциям управляющего субъекта; применять практики оперативной реконфигурации смыслового ядра: «усиление» аргументации, предъявление латентных смыслов как явных, а явных – как латентных (открытая/скрытая составляющие); диверсифицировать бренд при сохранении «кодов» передачи сообщения заданной интенсивности, синхронизации, направленной на сохранение основного посыла.

Вывод относительно необходимости поиска метода за рамками заданных эпистемических матриц. Управляющий субъект, иницирующий, направляющий и регулирующий информационные потоки бренда, контролирует проблемное поле наиболее сложных участков системы брендинга, имеющую стохастические характеристики. Выбор упреждающих и оперативных коммуникационных действий, операций влияния, программирование воздействия бренда в условиях, когда альтернативы имеют различные практические привлекательности и разный моральный смысл, сложен.

В кризисных ситуациях перед управляющим субъектом возникает дилемма: следовать ли установленным правилам, регулирующим управленческие действия (рекомендациям, принципам, процедурам), или призвать на помощь интуицию.

Когда система брендинга претерпевает переходное состояние, возможна ее хаотизация и сложности с точным предсказанием ее динамики и будущего состояния на длительном отрезке времени, однако задача управляющего субъекта состоит в том, чтобы дать прогноз (Г. Малинецкий).

Практика показывает, что сбой, приводящий к «расшатыванию» системы брендинга, локализован на «стыке» взаимодействия ее элементов. Например, сотрудники одних подразделений осложняют работу других, «перетягивают одеяло на себя», стараясь представить свою деятельность более значимой и рассчитывая таким путем получить определенные привилегии (например, премирование).

Отсутствие методов и моделей «работы с неопределенностью» в сложных коммуникационных системах тормозит их исследования, адекватное запросу практики.

Перечислим некоторые особенности управления в «неопределенности», которые автор вывел из многочисленных «рабочих моментов», опы-

та, полученного в период управления коммуникационной компанией Bounty SCA Ukraine.

Способность коммуникационной системы к самореференции, наличие аутопойсиса. Объект, продвигаемый в конкурентной среде, обретает статус бренда вследствие аутопойсиса. Традиционное для маркетинга линейное управление уступает позиции «гибридному» (линейное/нелинейное). При расширении и усложнении системы происходит усиление влияния бренда, в том числе на зону периферийной коммуникации (аудитории, не входящей в понятие целевой), чему способствуют развитие структуры и оптимизация функционирования системы и коммуникационных процессов внутри нее, ее экспансия в социальное пространство. Аутопойсис запускает коммуникационную систему и обеспечивает ее дальнейшее функционирование (или свертывание) путем «рокировки» функций элементов, перестройки структуры и ее адаптации к внешним условиям, вовлечения новых элементов, замещения «отмирающих» и активизации «перспективных» фрагментов, что может привести систему брендинга как к прогрессивному, так и регрессивному развитию.

«Опасность» может исходить от любого участвующего в брендинговом процессе элемента, в том числе принадлежащего системе, а также от действий конкурентов. Цель управляющего субъекта – выявить, устранить или амортизировать факторы, угрожающие системе хаосом, определить точки бифуркации, оценить возможные аттракторы и векторы развития отдельных элементов и системы в целом. Сложно выявить латентные процессы, явления и трансформации. Система брендинга рефлексивная и самоорганизующаяся одновременно – «саморефлексивная» (определение В. Лефевра) [10].

Детерминированность взаимодействием с «системой-патроном». Возможность управляющего субъекта обеспечить стабильность либо положительное развитие системы брендинга зависит не столько от особенностей ее внутреннего состояния, сколько от попадания системы брендинга в конъюнктуру, соответствия вектора ее развития «системе более высокого уровня» – социальному, политическому запросу и т. д. Приведем несколько цитат, поддерживающих данный тезис от «классика постнеклассики» В. Степина:

«Для сложных самоорганизующихся систем очень важно, что эта система всегда открыта, она взаимодействует со средой, обменивается веществом, энергией и информацией и способна наращивать уровни своей организации» [18].

«Каждый новый уровень всегда воздействует на ранее сложившиеся, их модифицирует, меняет элементы, их свойства и композицию, а законы их функционирования ограничивает таким образом, чтобы возникла новая целостность, новая саморегуляция...» [18].

«...То, что в сложной саморазвивающейся системе высшие уровни самоорганизации несут в себе, формируют системные параметры, которые управляют системой в целом, весьма важный момент» [18].

Управляющему субъекту приходится маневрировать в условиях многополярности, динамики мнений и действий, амортизируя нежелательное влияние на систему, предпринимать усилия для того, чтобы бренд, будучи встроенным в систему более высокого уровня (прежде всего – социальную, культурную), несет в своем смысловом ядре корреспондирующие смыслы. Метафоры «система-патрон», «система-босс» представляются нам уместными для обозначения системы более высокого уровня, влияющей на развитие системы брендинга.

Изменения на референтном участке внешней среды (в «системе-патрон») оказывают воздействие на систему брендинга, инициируют возникновение в ней эмерджентных свойств, не связанных с действиями управляющего субъекта.

В случае целесообразности, следуя логике саморазвития системы брендинга, управляющий субъект упраздняет старые и создает новые (вплоть до ребрендинга) мифологемы, трансформирующие смысл бренда, меняет направленность коммуникационных потоков, в частности с зоны основной коммуникации в зону периферийной коммуникации. Триггером могут стать новые культурные тенденции, например, «антивозрастная культура» или *athleisure* (от англ. *athletic* – «спортивный» и *leisure* – «свободное время»), *queer*-культура и другие, имеющие место в социуме.

Задача управляющего субъекта – направить развитие системы, проявляющей признаки самореференции и саморазвертывания, на формирование и трансляцию новых, адекватных новым обстоятельствам смыслов, выработку культурного кода, стимулирование к восприятию новых смыслов.

Эмерджентность и хаотизация. Они приводят к «разбалансировке», проявлению признаков хаоса как в отдельных элементах, так и в системе в целом. Их влияние на развитие системы амбивалентно.

Адаптация через линеаризацию и локализацию. Мы рассматриваем систему брендинга как нелинейный объект, который характеризуется разнообразием трудно прогнозируемых и выявляемых векторов развития – как локальных, так и системы в целом. Вместе с тем, существуют методы линейных управленческих действий и их синтеза, которые могут быть использованы и в нелинейных системах. Среди таких методов, как наиболее результативных в брендинге, мы выделим адаптивное управление, линеаризацию обратной связью, локализацию.

Линеаризуя нелинейную модель управляемого объекта (отдельного элемента или нескольких взаимосвязанных элементов) в окрестности какой-то точки бифуркации (потенциальной или реальной) возможно найти оптимальные форму и интенсивность коммуникативного воздействия на рискогенный фрагмент системы.

Поле вокруг такой «точки линеаризации» охватывает фрагмент рабочей области управляемого объекта, включает обратную связь, которая позволяет найти пути такого управления, при котором замкнутая система будет вести себя по линейным законам.

Метод локализации перспективен в случаях, когда присутствует возможность достаточно четко идентифицировать риски и источники их возникновения.

Энергия конфликта. Управлять системой, «разрываемой» полифонизмом явлений, мнений и интенций, без рефлексии относительно управления конфликтами и полисубъектности среды невозможно. Моделируя конфликтные ситуации, субъект рефлексивного управления социальными процессами предполагает, что каждый субъект есть локальный центр «социального организма» и ценности других членов системы влияют на его ценности. Согласие в таком случае может быть обеспечено распространением примиряющих ценностей и норм (Т. Парсонс). Однако, автор солидарен с Г. Щедровицким, полагавшим, что, конфликт есть объект познания, воздействия и средство воздействия... и иногда имеет смысл стимулировать и поддерживать конфликты.

Мысль управляющего субъекта должна быть направлена на то, чтобы амортизировать давление (уравновешивающее/разрушительное) рефлексивной среды и субъектов конфликтной ситуации.

«Обратная сторона луны». Метафора известного украинского практика и теоретика брендинга А. Длигача иллюстрирует тезис о том, что взаимодействие элементов внутри «коммуникационного портала» системы корреспондируют с ее внешней экспансией «наружу», в зоны активной и, далее, периферийной коммуникации. Отсюда возникает необходимость выработки компанией, продвигающей бренд (и любой другой!), корпоративной идеологии, миссии, культуры, способствующих формированию репутации компании, внедрению бренда во внешнюю среду и предотвращению конфликтных ситуаций. В среде, которая характеризует «напряженное взаимодействие формальной и неформальной структур», владение управляющим субъектом нюансами социальной жизни акторов, вовлеченных в брендинговую деятельность (психологических, социальных, демографических, культурных состояний), дает возможность формировать жизненные установки, влияющие на их миропонимание и мироощущения, объединять их на основе разделения общих ценностей [21].

Чувствительность к акупунктурному воздействию. Одной из «точек приложения внимания» управляющего субъекта есть выявление и анализ рискогенности обратных связей внутри системы брендинга, связывающих систему с внешней средой, воздействия данных связей на состояние системы и обеспечение заданного реагирования на воздействие.

Прогнозируемость и упреждение. Такие понятия, как рефлексия, рефлексивная система, рефлексивный процесс, субъект рефлексии, рефлексивное сознание, активно входят в тезаурус основополагающих поня-

тий управленческой деятельности (с подачи В. Лепского), что в нашем случае предполагает их включение в контекст анализа социального управления данной деятельностью, необходимость контролируемой рефлексии участвующих в ней индивидов, их групп, организации [9].

Отметим, что рефлексивное управление, еще не осознанное и не сформулированное, и ранее применялось в брендинге.

Пример тому – афера продвижения финансовой пирамиды и билетов – денежных суррогатов акционерного общества «МММ», вызвавшая существенный общественный резонанс и лишившая средств миллионы людей (объем претензий превысил более 700 млн руб. по курсу 1997 г.). Они, в ущерб себе, поверили незамысловатой, но активной рекламной кампании, в результате чего организаторы пирамиды добились своей цели.

Мы выделили семь комплексных факторов, которые следует учитывать при управлении сложными социальными системами, выходящими за рамки вышеупомянутых объективистской, интерпретативной и перформативной матриц. Это: 1) полисубъектность среды; 2) влияние «системы-патрона»; 3) фактор рискогенности; 4) эмерджентность и хаотизация; 5) энергия конфликта; 6) «обратная сторона Луны» (отзеркаливание ситуации внутри управленческой системы и вне ее); 7) чувствительность к акупунктурному воздействию; 8) аксиологический аспект – валюативный компонент (Ю. Коротченко) [8].

Объяснительная модель может быть переведена в формат методических рекомендаций.

Заключительные положения. Необходимость введения аутопоэтической матрицы. В настоящем исследовании автор решил следующие задачи:

1. Показал возможности метода социологии брендинга и особенности формирования объяснительной модели социальной системы брендинга.

2. Осуществил переход от общих концептуальных понятий к технологическим и операциональным, с помощью которых можно анализировать функциональный и логико-семантический аспекты коммуникационных систем.

3. Показал, каким образом при помощи метода социологии брендинга возможно решать задачи управления и анализа в его системе, а также и иных коммуникационных системах, исходя из двух обстоятельств: гибридной природы, включающей функциональную и символическую компоненты, и принципиального отличия характеристик системы брендинга на этапах линейного/нелинейного управления.

4. Доказал, что полноценность инструментария метода социологии брендинга требует расширения путем ввода новой эпистемической матрицы, поскольку в управлении коммуникационной системой присутствуют комплексные факторы, которые выходят за рамки объективистской, интерпретативной и перформативной матриц (влияние аутопоэсиста, которое определяют полисубъектность среды; влияние экологии и «системы-

патрона», фактор рискогенности, эмерджентность и хаотизация, энергия конфликта, отзеркаливание ситуации внутри управленческой системы и вне ее, чувствительность к акупунктурному воздействию, валюативный компонент).

5. Обосновал необходимость введения новой – аутопоэтической эпистемической матрицы. Аутопоэтическая матрица способна формировать перспективу рефлексивного управления на этапе нелинейного развертывания коммуникационной системы брендинга при нелинейном (переходном, «мерцающем») управлении. Аутопоэтическая матрица представляет собой развитие метода социологии брендинга, который опирается на метод эпистемических матриц В. Дудиной [3]. Исследовательская перспектива аутопоэтической матрицы требует одновременного включения нескольких уровней: личности «хозяина бренда»/управляющего субъекта, системы брендинга и системы более высокого уровня, которые связаны через модель, коллаж смыслов и интегрирующую функцию, а также аксиологически, через общие валюативы. Познавательная активность в аутопоэтической матрице должна быть сконцентрирована на переходных состояниях, точках бифуркации, проявлении эмерджентных свойств, процессах самоорганизации, переходах порядок/хаос, америческом состоянии (по В. Кизиме) [6–7]. Аутопоэтическая матрица может быть описана через положения метода В. Дудиной: границы познания, познавательные возможности, характеристики научного факта, позицию исследователя, идеальную схему реальности, способ познания, базовые допущения, перспективу субъекта познания, базовую метафору социальной реальности, способ представления знаний и др.

6. Доказал, что социология брендинга может быть укреплена за счет трансдисциплинарных парадигм, в частности парадигмы «новой экономики», философского учения о «метафизике тотальности», аксиологического концепта «валюатив».

Перспектива дальнейших исследования в поле социологии брендинга лежит в двух направлениях:

1) *праксиологическом*: операционализация метода социологии брендинга через пять принципов, выработанных автором в результате настоящего исследования, имеют перспективу создания программного продукта, облегчающего и оптимизирующего данную деятельность. Метод социологии брендинга дает управляющему субъекту инструментарий воздействия на процессы, происходящие в коммуникационной системе, в том числе при появлении в ней признаков хаоса, возможность находить адекватные управленческие решения, применяя акупунктурное воздействие на рискогенные элементы.

Практика «двойной рефлексии», совмещения функций менеджера и исследователя с использованием в анализе эпистемических матриц, а в практической деятельности – нелинейных и «гибридных» способов управления открывает перед управляющим субъектом перспективу увеличения

результативности брендинговой деятельности. Возможность полифокального поэлементного исследования коммуникационной системы (брендинга, soft power, reflexive control, StartCom, управляемый хаос), развернутого в соответствии с ее динамикой, дает возможность перспективу создания программный продукт, облегчающий и оптимизирующий данную деятельность;

2) *теоретическом*: социологическая объяснительная модель управления коммуникациями как особым типом социального взаимодействия, обладающего устойчивыми формами конгруэнтна в отношении стратегий брендинга, soft power, reflexive control, StratCom, управляемый хаос и отражает закономерности, тенденции, выражающие и закрепляющие относительно постоянные связи в брендинге и способы их взаимодействия, закладывает подходы к методу социологии брендинга, позволяющего выявить механизмы управления коммуникационной системой и способы ее анализа.

Поскольку брендинг представляет собой новый объект для социологии, дискурс нельзя удержать в пределах монотрадиции, школы, направления. Автор отобрал трендовые, «магистральные» подходы постглобализационной социологии, однако и на периферии «архипелага» социология брендинга способна предъявить материал, который может быть эффективно переплавлен «в топке» социологической науки, сформировать новый кластер социологического знания, способствующего обогащению социологической теории инновационными концепциями и понятиями в тренде создания новых трансдисциплинарных объяснительных моделей по инициативе социологов и с приоритетной ролью социологии.

Список использованной литературы

1. Багаева Т. Л. Брендинг в оптике социологии : монография. Киев : Академвидав, 2017. 344 с.
2. Вахштайн В. С., Ерофеева М. Эпистемические интервенции: в поиске новых моделей кросс-дисциплинарного взаимодействия (Epistemic Intervention: In Search of New Models of Cross-Disciplinary Interactions) (July 1, 2014). URL: <https://ssrn.com/abstract=2531289> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2531289/>
3. Дудина В. И. Эпистемические матрицы социологического знания. Санкт-Петербург : Изд. дом СПбГУ, 2013. 244 с.
4. Евстафьев В. Западный и восточный подходы к созданию брендов [Что такое бренд. Две традиции брендинга]. *Босс (бизнес: организация, стратегия, системы)*. 2000. № 9. С. 50–53.
5. Ильин М. В. Что может дать анализ перформативов? *Политическая наука*. 2016. № 4. С. 262–270.
6. Кизима В. В. Начала метафизики тотальности. Постнеклассика: философия, наука, культура. Санкт-Петербург : ИД «Мирь», 2009. С. 71–136.
7. Кизима В. В. Постнеклассические практики. Рефлексивность и управление. *Вопросы философии*. 2010. № 3. С. 54–66.
8. Коротченко Ю. М. Валюативные модели социального: герои и ценности : монография. Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. 153 с.
9. Лепский В. Е. Лефевр и рефлексия. *Рефлексивные процессы и управление*. 2006. № 1. Т. 6. Янв.-июнь. С. 26–37.

10. Лефевр В. О самоорганизующихся и саморефлексивных системах и их исследовании. *Проблемы исследования систем и структур*. Москва, 1965. С. 61–68.
11. Мельвиль А. Ю. Демократические транзиты: Теоретико-методологические и прикладные аспекты. Москва : МОНФ, 1999. 108 с.
12. Музыкант В. Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями. Москва : Эксмо, 2008. 832 с.
13. Остин Дж. Слово как действие. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1986. Вып. XVII. Теория речевых актов. С. 22–130.
14. Пекарь В. Постиндустриальный маркетинг: принципы и методы. *Маркетинг и реклама*. 2011. № 12. С. 14–17.
15. Рожков И. Я. От брендинга к бренд-билдингу. Москва : Гелла-принт, 2004. 320 с.
16. Рожков И. Я. Бренды и имиджи. Москва : РИП-Холдинг, 2006. 256 с.
17. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. Киев: Студцентр, 2008. 608 с.
18. Степин В. С. Зиновьевская концепция возможности научного социального знания. *Зиновьевские чтения в Российской академии наук. Методология и логика социального знания в трудах А. А. Зиновьева и современность* : материалы III Междунар. науч. конф. (Москва, 12 мая 2010). Москва : РГТЭУ, 2010. С. 33–34.
19. Тощенко Ж. Т. Парадоксальный человек. Москва : Гардарики, 2001. 398 с.
20. Троцук И. В. Теория и практика нарративного анализа в социологии : монография. Москва : Уникум-центр, 2006. 207 с.
21. Тихонов А. В. Социология управления. Москва : Канон+, 2007. С. 36.
22. Черниш Н. Соціологія сьогодення: тенденції та перспективи розвитку. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. № 4. С. 5–22.

Стаття надійшла до редакції 16.12.2017.

Багаєва Т. Л. Управління комунікаційною системою брендингу: пошук методу

Стаття присвячена методологічним проблемам соціології брендингу. Результатом дослідження став аналіз процесів управління в складних комунікаційних системах. Концепт соціології брендингу представлений через пояснювальну модель (Bounty-модель), когнітивний стиль, аналітичний метод, способи переходу від загальних концептуальних понять до технологічних та операціональних, управлінський інструментарій. Показано, як за допомогою методу соціології брендингу можна вирішити завдання управління та аналізу в комплексних комунікаційних системах, урахувати їх гібридну природу, яка включає функціональну й символічну компоненти, а також принципові відмінності параметрів комунікаційної системи на етапах лінійного та нелінійного управління. Виявлено, що метод соціології брендингу потребує введення нової епістемічної матриці – аутопоетичної.

Ключові слова: постглобалізаційна соціологія, бренд, брендинг, соціологія брендингу, складна комунікаційна система, Bounty-модель, soft power, StratCom, Reflexive Control, епістемічна інтервенція, аутопоетична епістемічна матриця.

Bahaeva T. Control of the Branding Communication System: Search for the Method

The author delivers the concept of branding sociology communication analysis (bsca), which examines the complex communication systems (branding, soft power, StratCom, Reflexive Control) having congruent morphology. The author is aware of the possibility of the formation of the theory of the concept of a brand, its diversity through the explanatory model (Bounty-model), the cognitive style, the analytical method, the transition from general notions to managerial tools.

The core of the research method is the combination of the reflective management, the integration of the element-wise study of the branding as a social system, based on the Bounty model, in the focus of the objectivist, interpretive and performative epistemic matrices.

Sociology of branding develops the trend of multifunctional sociological reflection, using «double optics» (cognitive-analytical model in combination with epistemic matrices). The main narrative, the Bounty-model forms, a cognitive style, that includes synthesized and synchronized tools, consisting of a set of explanatory schemes that correspond to the axiomatic core of the discipline.

Branding sociology makes it possible to control and analyze the complex communication systems, taking into account their hybrid essence, including functional and symbolic components. At the same time the article provides evidences that the management of the communication system at the stages of the linear and nonlinear control has different characteristics and sets of complex factors, that go beyond the objectivistic, interpretive and performative matrices.

However, the inventory of this factors (autopoiesis, poly-subjectivity, «patron system» influence, risk-causing, emergence, sensitivity to acupuncture influence) leads to the conclusion that the usefulness of the usefulness of the toolkit of the expansion by introducing a new epistemic matrix, suggested by the author – autopoietic.

The author substantiated that sociology of branding is inscribed in the trends inherent in the post-globalization sociology, in the tendency of expanding the sociological boundaries of the emerging fields of science epistemic intervention in the fields of other sciences. since it «absorbs» the trans-disciplinary base, economics (marketing), philosophical concepts (metaphysics of totality), structural linguistics (performative), axiology (valuative) in particular, while preserving the sociological core.

The possibility of poly-focal «element-by-element» research of the communication system (branding, soft power, reflexive control, StartCom, controlled chaos), deployed in accordance with its dynamics, gives the prospect of creating a software product that facilitates and optimizes this activity.

The totality of the communication system is within the framework of the logical semantic component of the branding system, working with meanings; is built in the tendency of transferring research, which is especially important for Ukraine.

Sociology of branding reflects the tendency of the rapid expansion of the boundaries of sociology, its object and subject, and introduces complex self-developing (adaptive) systems into the zone of interest of the sociologist;

The trends of reflection on the phenomena of the «artificial» reality, self-regulating communication system, its transitions & dynamic transformations in particular. Sociology of branding analytical concept, identified by the author with the abbreviation «bsca», carrying out the epistemic intervention of sociology in the field of economics (marketing) and other sciences, is built into the trend of creating new directions of science on the initiative and with the priority role of sociology; withstands the «closure» of the causal series and assimilates into itself.

Key words: *post-globalization sociology, branding, brand, branding sociology communication analysis, complex communicative system, Bounty model, soft power, StratCom, Reflexive Control, epistemic intervention, autopoietic epistemic matrix.*

УДК 316

А. М. БАТЮК

РОЛЬ МАСОВОГО СПОРТУ В СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано роль масового спорту в соціалізації молоді в сучасному українському суспільстві, ставлення молоді до фізичної культури та спорту. Розглянуто рівень залучення представників молоді як особливої соціально-демографічної групи у фізкультурно-спортивному русі. Виявлено особливості організації й фінансування масового спорту в розвинутих капіталістичних державах Заходу, визначено основні напрями трансформації державної політики у сфері управління масовим спортом у сучасній Україні та перспективи його розвитку.

Ключові слова: масовий спорт, молодь, соціалізація, соціальний інститут, спорт, фізична культура.

Закон України «Про фізичну культуру і спорт» тлумачить масовий спорт (спорт для всіх) як діяльність суб'єктів сфери фізичної культури і спорту, спрямовану на забезпечення рухової активності людей під час їх дозвілля для зміцнення здоров'я [1].

Масовий спорт виконує на цьому етапі ряд важливих соціальних функцій і є важливим елементом процесу соціалізації особистості молодої людини. Тому абсолютно справедливо, що фахівці розглядають масовий спорт як важливий засіб збереження індивідуального здоров'я, організації змістовного дозвілля, підготовки до трудової діяльності, запобігання асоціальній поведінці. У багатьох наукових публікаціях, присвячених фізичній культурі і спорту, підкреслено, що саме розвиток масового спорту, разом з професійним спортом і спортом вищих досягнень, покликаний сприяти вирішенню найбільш актуальних для сучасного суспільства проблем соціально-економічного характеру, сприяючи об'єднанню суспільства, відволіканню представників молоді від шкідливих звичок, зокрема, алкоголізму й наркоманії, профілактики різних захворювань, а також збільшенню якості життя, її середній тривалості [5, с. 39].

Метою статті є визначення характеру впливу масового спорту на соціалізацію молоді в сучасному українському суспільстві, виявлення особливостей організації й фінансування масового спорту в розвинутих капіталістичних державах Заходу та окреслення основних напрямів трансформації державної політики у сфері управління масовим спортом у сучасній Україні.

Дослідження проведено на основі аналізу наукових джерел та нормативних документів, джерел державної статистичної звітності, із застосуванням формально-логічного, системно-функціонального, порівняльно-правового й інших загальних та спеціальних наукових методів. Питання розвитку масового спорту і його впливу на соціалізацію сучасної молоді

досліджували вітчизняні науковці М. М. Булатова, М. В. Дутчак, В. Н. Гуляєв, Ю. П. Мічуда та ін.

Досвід розвинених капіталістичних держав світу свідчить про значущість масового спорту або спорту для всіх (терміни «масовий спорт» і «спорт для всіх» нині використовують у багатьох зарубіжних країнах як синоніми), водночас організація й управління масовим спортом, його фінансування в цих країнах здійснюються по-різному [6, с. 282]. Якщо для США, приміром, характерна відсутність прямої підтримки спорту з державного бюджету, і фізкультурно-спортивний рух тут значною мірою фінансує приватний сектор, що стимулюється великою кількістю податкових пільг і преференцій, то в країнах Західної Європи, навпаки, має місце змішане фінансування масового спорту з переважанням засобів з державного бюджету. Залучення громадян різних вікових груп, зокрема молоді, у розвинених капіталістичних державах Заходу здійснюється переважно через систему спортивних клубів, що діють як самостійно, так і в структурі фізкультурно-спортивних організацій, що передбачає розвиток комерційного сектора фізичної культури та масового спорту.

Однак, треба наголосити, що європейській системі організації функціонування масового спорту при всіх її безперечних перевагах властиві й деякі недоліки. Так, сучасні західні дослідники Б. Ванройзель і М. Такс, проаналізувавши підсумки розвитку «спорту для всіх» у країнах Європейського Союзу впродовж декількох останніх десятиліть, дійшли таких висновків: з одного боку, за даними названих дослідників, завдяки спорту для всіх збільшилося число тих, хто займається спортом, однак, з іншого боку, серед тих, хто займається спортом, відносно невелика частка молоді й літніх людей. Незважаючи на підтримку масового спорту з боку спортивних організацій, включаючи клуби й федерації, в цілому вона, на думку Б. Ванройзеля та М. Такса, є досить слабкою. Разом з вказаними недоліками, системі організації масового спорту в європейських країнах властиві й інші негативні риси: як і раніше, неоднаковими тут, незважаючи на демократизацію спорту, є можливості для участі в спортивному русі представників різних соціально-демографічних груп, етнічних і інших меншин, досить ущемленими почувають себе місцеві традиційні види спорту й народні ігри. Крім цього, масовий спорт і його законодавча база стають усе більш залежними від економіки цих країн [3, с. 283].

Отже, ці особливості необхідно враховувати в межах організації системи масового спорту і в сучасній Україні. Нині, як показують результати спеціальних досліджень, в Україні число громадян, які систематично займаються фізичною культурою і спортом, становить 12,1% загального населення країни.

У 2016 р. в Україні всіма видами спорту займається 1,0 млн осіб, з них майже 750,0 тис. осіб – олімпійськими видами спорту, 253,0 тис. осіб – неолімпійськими видами спорту, 14,3 тис. осіб – видами спорту інвалідів з

ураженнями опорно-рухового апарату, вадами зору, слуху та розумового й фізичного розвитку та працює понад 33,5 тис. тренерів [8].

Необхідно зазначити, що задовільний стан справ щодо залучення населення до заняття фізичною культурою й спортом спостерігається в Одеській (23,8%), Дніпропетровській (20,4%), Львівській (17,4%), Вінницькій (15,3%) та Івано-Франківській (15,1%) областях. Водночас незадовільно ця робота виконується в Луганській області (2,3%), м. Києві (6,3%), Донецькій (7,1%), Тернопільській (7,9%) та Кіровоградській (8,2%) областях [8].

Вітчизняний і зарубіжний досвід показує, що ефективність засобів фізичної культури та спорту в профілактичній діяльності щодо зміцнення здоров'я, підтримці високої працездатності, боротьбі з наркоманією, алкоголізмом, палінням і правопорушеннями, особливо серед молоді, надзвичайно висока.

Статистичні дані також свідчать, що найбільш фізично активними групами населення України є діти й молодь до 30 років: у групі осіб від 15 від 29 років, зокрема, частка молодих людей, які займаються фізичною культурою і спортом, становить 52% загальній чисельності цієї вікової групи. Водночас тут необхідно враховувати: така активність представників молоді багато в чому пояснюється тим, що значна їх частина є учнями освітніх закладів, де такий навчальний предмет, як «Фізична культура», є обов'язковим у межах існуючих освітніх програм. Число громадян, які систематично займаються фізичною культурою і спортом, різко зменшується в міру їх дорослішання: після закінчення періоду навчання в школі й у ВНЗ спостерігається зниження мотивації громадян до занять фізичною культурою та спортом (серед громадян, які працюють, більшість, до 89%, уже не бере ніякої участі у фізкультурно-спортивному житті на системній основі) [8].

Дані соціологічних опитувань свідчать, що, з одного боку, цінності здоров'я і здорового способу життя посідають важливе місце в структурі ціннісних установок населення в цілому й молоді як особливої соціально-демографічної групи, проте значна частина українців не використовує засобів фізичної культури й спорту для зміцнення здоров'я та профілактики різних захворювань. Незважаючи на очевидну користь оздоровчих практик, що базуються на фізичній активності, систематичних заняттях спортом, значна частина українців, зокрема представники молоді, розглядають масовий спорт у системі чинників, що безпосередньо впливають на індивідуальне здоров'я, як другорядний, а спорт не сприймають як невід'ємну частину способу життя, як елемент культури повсякденного побуту.

В Україні склалася критична ситуація у сфері фізичної культури і спорту, яка зумовлена такими факторами:

- невідповідність нормативно-правової бази сучасним вимогам;
- недосконалість інфраструктури у виробничій, навчально-виховній і соціально-побутовій сфері;

- недосконалість системи централізованої підготовки національних збірних команд, низький рівень фінансового та матеріально-технічного забезпечення дитячо-юнацького й резервного спорту;

- незадовільний стан матеріально-технічної бази. В Україні рівень забезпечення населення фізкультурно-спортивними залами (з розрахунку на 10 тис. осіб) у 2–3 рази нижчий, ніж у розвинутих державах, плавальними басейнами – у 30 разів. Понад 80% спортивних майданчиків не відповідають сучасним вимогам;

- недостатнє бюджетне фінансування (з державного бюджету виділяється в середньому 0,5%, з місцевих бюджетів – 2% їх видатків), неефективне залучення коштів з інших джерел, незначний обсяг інвестицій; не проводиться діяльність з випуску та проведення державних спортивних лотерей, які є одним з основних джерел фінансування спорту в багатьох країнах Європи;

- низький рівень заробітної плати, недостатня кількість інструкторів з фізкультурно-оздоровчої діяльності, розбалансованість у системі підготовки та підвищення кваліфікації фахівців;

- низький рівень наукового забезпечення розвитку фізичної культури і спорту, недостатнє фінансування наукових досліджень (менше ніж 0,5% видатків державного бюджету спрямовується на сферу фізичної культури та спорту);

- недостатнє пропагування серед широких верств населення здорового способу життя [2, с. 8].

Негативним моментом є також непослідовна політика держави стосовно виконання норм законів, які регламентували ті або інші елементи системи державного регулювання ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту.

З урахуванням наведених даних можна констатувати, що нині зберігаються проблеми, пов'язані з недостатньою руховою активністю представників усіх вікових груп і використанням ними можливостей фізичної культури і спорту для зміцнення здоров'я, а також з недостатньо високою якістю й доступністю фізкультурно-оздоровчих послуг, забезпеченістю об'єктами спорту.

Абсолютно очевидно, що в межах реалізації державних програм розвитку масового спорту в Україні недоцільно сліпо копіювати досвід західноєвропейських країн, що стосується організації й фінансування масового спорту. Як ми вже зауважували вище, у розвитку масового спорту в Західній Європі впродовж останніх років позначилися певні негативні тенденції: як показують дані соціологічних опитувань експертів, проведених фахівцями Європейського Союзу, нині ці країни зіткнулися з проблемою фінансування масового спорту. Так, у європейських країнах спостерігається зменшення державного фінансування масового спорту на користь спорту вищих досягнень, наслідком чого є зростання залежності організацій масового спорту від органів місцевого самоврядування, які далеко не завжди

здатні задовольнити потреби цих організацій у фінансових ресурсах. У ситуації, що склалася, спортивним клубам і іншим організаціям масового спорту доводиться перекладати свої фінансові проблеми на громадян, які займаються спортом, збільшуючи для останніх розміри членських внесків і вартість абонементів, що в перспективі може призвести до зниження участі населення країн Західної Європи у спортивній діяльності [6, с. 286].

Не викликає сумнівів той факт, що у важких умовах, які склалися в Україні на сучасному етапі, держава не може перекладати на муніципалітети або спортивні клуби основне навантаження з фінансування масового спорту, включаючи проведення масових заходів і спортивних змагань різного рівня, створення фізкультурно-спортивної інфраструктури, матеріально-технічної бази спортивної діяльності. У сучасній Україні спостерігається гострий брак матеріальних коштів у муніципальних органах влади, а система спортивних клубів розвинена не такою мірою, як у західноєвропейських країнах.

Так, на сьогодні в країні загальна кількість спортивних клубів становить 10,2 тис. одиниць (2015 р. – 10,5 тис. одиниць), що значно менше, ніж у Німеччині (у цій країні на сьогодні діють близько 91 тис. спортивних клубів і товариств) [8].

Позитивні тенденції щодо забезпечення населення спортивними клубами та фізкультурно-оздоровчими закладами спостерігаються у Львівській (1,8 тис. од.), Хмельницькій (733 од.), Сумській (571 од.), Житомирській (556 од.) та Рівненській (551 од.) областях (середній показник по країні – 2,4 заклади на 10 тис. населення, при тому, що відповідно до нормативів забезпечення населення закладами фізичної культури і спорту, забезпечення спортивними клубами та фізкультурно-оздоровчими закладами повинно бути один заклад на 5 тис. населення) [8].

Не викликає сумнівів той факт, що в умовах сучасної України, де переважають бідні й малозабезпечені верстви населення, відвідування дорогих спортивних клубів є недоступним для значної частини населення, зокрема молоді.

Нині спорт перетворюється для молоді на своєрідний соціальний фільтр або соціальний маркер, оскільки дозволити витрати на спортивні послуги можуть не всі. Багато популярних видів спорту, включаючи гольф, теніс, фігурне катання, фрістайл тощо, недоступні молоді з базисної верстви населення різних типів поселень в українському соціумі.

За період незалежності України за багатьох соціально-економічних чинників напрацьована десятиліттями система фізкультурної роботи з населенням зазнала значних втрат і за кількістю спеціалістів, які мають відповідні знання, і за матеріально-технічним забезпеченням та станом об'єктів фізкультурно-спортивного спрямування.

У сучасній Україні функції забезпечення населення фізкультурно-оздоровчими та спортивно-масовими послугами виконують центри фізичного здоров'я населення «Спорт для всіх» [4, с. 58]. Основною метою їх ді-

яльності є створення сприятливих умов для реалізації права громадян на заняття фізичною культурою, задоволення потреб населення у фізкультурно-спортивних послугах за місцем проживання та відпочинку, а також пропаганда здорового способу життя й упровадження відповідних принципів та ідеалів.

На сьогодні мережа центрів налічує 224 центри, з яких: 1 – всеукраїнський, 23 – обласних, 128 – міських, 4 – районних у містах, 46 – районних та 23 – селищних. Але їх кількість недостатня [8].

Сучасним українським реаліям також не підходить західноєвропейська система фінансування фізкультурно-спортивних організацій, які існують переважно за рахунок членських внесків (середній розмір такого внеску становить 250–300 євро за рік: ця сума не є великою для жителів розвинених капіталістичних держав, де основна частина населення – середній клас, проте для України, де переважають неблагополучні в матеріальному плані верстви населення, вона є досить значною) [3, с. 286].

У сучасному українському суспільстві, на наш погляд, пріоритетну роль в управлінні розвитком фізичною культурою й масовим спортом, фізичному та спортивному вихованні молоді покликана відігравати держава, що передбачає державне фінансування клубів і інших фізкультурно-спортивних громадських організацій: тільки в цьому випадку можливий ефективний розвиток масового спорту, підвищення його значення як інституту соціалізації сучасної української молоді. Водночас органам державної влади, відповідальним за організацію й управління масовим спортом, необхідно робити ставку на пропаганду та популяризацію доступних для широкого кола молодих людей видів спорту.

Серед пріоритетів державної політики у сфері розвитку фізичної культури та спорту важливе місце посідає розвиток інфраструктури фізкультурно-оздоровчої роботи за місцем роботи громадян. Активізації цієї роботи мали би сприяти фізкультурно-спортивні товариства («Динамо», «Колос», «Спартак», «Україна»), які, згідно зі своїми статутами, повинні організовувати фізкультурно-масову роботу у виробничій сфері. Але спортивні організації з низки об'єктивних і суб'єктивних причин останнім часом ці обов'язки майже не виконують, перетворившись на своєрідних посередників між бюджетом та спортивними школами. У цьому напрямі їхня діяльність обмежується переважно організацією проведення галузових комплексних фізкультурно-спортивних заходів.

Висновки. Подальший розвиток фізичної культури і спорту в Україні може бути забезпечений поєднанням зусиль органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства для проведення реформи у сфері фізичної культури і спорту з метою приведення її у відповідність з європейськими вимогами та стандартами шляхом визначення як основи європейської моделі реформування й побудови відносин між органами державної влади та громадськими організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості, підвищення рівня публічності й

прозорості діяльності Мінмолодьспорту, автономності спортивних федерацій, удосконалення національного антидопінгового законодавства, що сприятиме створенню умов для відведення фізичній культурі і спорту в Україні провідної ролі.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» від 24.12.1993 № 3808-ХІІ. *Відомості Верховної Ради*. 1994. № 14. С. 80. Станом на 14.09.2017: *Відомості Верховної Ради*. 2017. № 26. С. 300.
2. Булатова М., Литвин О. Здоров'я та фізична підготовленість населення України. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2004. № 1. С. 3–9.
3. Вапнярская О. И., Золотов М. И. Зарубежный опыт управления массовым спортом. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 3. С. 61–64.
4. Дутчак М. В. Спорт для всіх в Україні: теорія та практика. Київ : Олімп. л-ра, 2009. 279 с.
5. Лукашук В. І. Еволюція соціологічних підходів до вивчення спорту. *Український соціум*. 2012. № 1 (40). С. 39–47.
6. Мичуда Ю. П., Жуляев В. Н. Особенности финансирования массового спорта в Европе в начале XXI века. *Физическое воспитание студентов*. 2013. № 1. С. 283–287.
7. Самыгин С. И., Самыгин П. С., Попов М. Ю. Здоровье в системе ценностных установок современной российской молодежи. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 12. С. 199–203.
8. Інформаційно-аналітичні матеріали з питання парламентських слухань на тему: «Шляхи розвитку фізичної культури і спорту в умовах децентралізації влади»: лист Комітету з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму Верховної Ради України від 05.02.2016 № 04-33/03-145 до постанови Верховної Ради України від 02.02.2016 № 969-VIII «Про проведення парламентських слухань на тему: «Шляхи розвитку фізичної культури і спорту в умовах децентралізації влади»». URL: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30534.pdf/> (дата звернення: 21.11.2017).
9. Обозна О. М. Розвиток фізичної культури і спорту як важливий напрям державної політики України щодо забезпечення здоров'я громадян. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej20/PDF/8.pdf> (дата звернення: 21.11.2017).

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Батюк А. Н. Роль массового спорта в социализации молодежи современной Украины

В статье анализируется роль массового спорта в социализации молодежи в современном украинском обществе, отношение молодежи к физической культуре и спорту, уровень вовлеченности представителей молодежи как особой социально-демографической группы в физкультурно-спортивное движение. Выявлены особенности организации и финансирования массового спорта в развитых капиталистических государствах Запада, определены основные направления трансформации государственной политики в сфере управления массовым спортом в современной Украине.

Ключевые слова: массовый спорт, молодежь, социализация, социальный институт, спорт, физическая культура.

Batiuk A. The Role of Mass Sports in the Socialization of Youth in Modern Ukraine

The role of mass sport in the socialization of youth in modern Ukraine society is analyzed in the article. Attitudes of youth towards physical education and sport, the level of involvement of young people as a specific socio-demographic group in sports movement are also considered. The author identifies the special features of the organization and financing

of mass sport in the developed capitalist countries of the West, determine the main directions of transformation of public policy in the mass sport management in modern Ukraine.

Positive tendencies in the providing citizens with sports clubs, health and recreational organizations are observed in Lviv (1.8 thousand of units), Khmelnytsky (733 units), Sumy (571 units), Zhytomyr (556 units) and Rivne (551 units) regions.

In Ukraine, where the poor and low-income social groups prevail, membership in expensive sports clubs is unpurchasable to a large part of the population, in particular youth. The functions of providing the citizens with health and recreational, as well as mass sports services are performed by the “Спорт для всіх” (Sport for All) centers of physical health of the citizens. It is stressed that the Western European system of financing of sports and physical training organizations, which exist mainly through membership fees, is not suitable for Ukrainian realities.

The state, which provides governmental funding of clubs and other sports and physical training community-based organizations, should play a key role in the management of development of physical training and mass sports, physical and sports education of youth. Government authorities responsible for the organization and management of mass sports have to prioritize the promotion and popularization of sports affordable for a wide range of young people.

Among the priorities of the state policy in the sphere of development of physical training and sports, the development of infrastructure of physical health and recreation activities at the citizens' job location is important.

Key words: *youth, socialization, social institution, physical culture, sport, mass sport.*

УДК 316

Л. А. ДІДИК

МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Вивчення глобальної мережі Інтернет та її комунікативних здатностей у сучасному соціологічному дискурсі набуває нових особливих механізмів. На зміну «старим» категоріям приходять нові, які утворюються в результаті виникнення нових наукових обставин. Початок вивчення комп'ютерного дискурсу визначається в традиційному категоріально-понятійному наборі, тому необхідний методологічний стрибок, щоб вийти на нову хвилю осмислення ситуації. Змінюється ідеологія, обрушуючи всі культурні уявлення, змінюється разом з нею і знання не тільки в феноменологічному плані, але і в епістемологічних принципах.

Ключові слова: Інтернет, кіберпростір, соціальні мережі, віртуальний дискурс, аутопойєзис, соціальна емерджентність, STS «дослідження науки і технології», ANT «акторко-мережева теорія», трафік.

Сучасний світ інтернет-технологій надзвичайно мінливий. Постійний технологічний розвиток прямолінійно впливає на свідомість кожної людини, на її дії, соціальне життя, комунікативні зв'язки. Світова павутина – Інтернет перетворюється на основний генератор ідей. Минулий багатовіковий досвід людства відходить на другий план, технології випереджають людське мислення. Кожна людина, щоб вижити в сучасному світі глобальної мережі, має працювати над собою, постійно навчатися, не втрачаючи при цьому власного «Я-людина», а штучний інтелект «наступає на п'яти», аби сучасні технології не витіснили живого спілкування, на нашу думку, необхідно добре розумітися на механізмах функціонування соціальних мереж.

Мета статті – методологічний аналіз механізмів функціонування соціальних мереж та дослідження категоріально-понятійного набору.

Визначення Глобальної мережі як нового комунікативного простору є давно доведений факт, який не викликає заперечень. Однак методологічний конфлікт нашої науки в ставленні до віртуального спілкування полягає в тому, що «старі» категорії використовують для опису нових життєвих ситуацій. У певному сенсі це конфлікт методу й об'єкта. Початок вивчення комп'ютерного дискурсу визначається в традиційному категоріально-понятійному наборі, тому необхідний методологічний стрибок, щоб вийти на нову хвилю осмислення ситуації. Змінюється ідеологія, руйнуючи всі культурні уявлення, змінюється разом з нею й знання не тільки у феноменологічному плані, а й в епістемологічних принципах. Отже, як слушно зазначає Є. О. Лавренчук, «для вивчення нових дискурсивних практик необхідний і новий понятійно-термінологічний апарат, який може являти собою своєрідне аранжування старих понятійно-термінологічних парадигм щодо нового об'єкта дослідження, виконане таким чином, щоб природа цього об'єкта й апарат, яким він буде описуватися, корелювали між собою.

У визначенні понятійно-категоріального апарату ми спираємося насамперед на ті конструктивні особливості віртуального дискурсу, які видаються нам найбільш важливими» [1].

Тут ми можемо погодитися з науковцем, що «соціологія не може обмежуватися лише констатацією фактичного матеріалу про наявність комунікації, але повинна виробити спеціальний методологічний базис для подальшого аналізу. У зарубіжній і вітчизняній соціології робляться перші кроки в цьому напрямі. Проте вивчення соціальних проявів Інтернету обмежується проекцією функціоналістського підходу, продукуючи аналогії зі стратифікаційними моделями реального суспільства та питаннями комунікаційного комфорту» [1].

Звернення до міжпредметних досліджень дає можливість залучення понятійного апарату математичних і неklasичних інформаційних теорій та теорій складних систем – нерівноважних, незворотних, дисипативних, ергодичних тощо. Подібна інтерпретація надає змогу знайти нові й дуже значущі для просування в обраному напрямі смисли. Так, наприклад, вживається поняття емерджентності як незвідності властивостей об'єкта до властивостей (або сумі властивостей) його частин; або поняття про складність як такої, що не може бути алгоритмізованою та вирахованою.

До дослідження також були залучені тексти В. Вахштайна, У. Галстона, М. Кастельса, К. Кнорр-Цетіної, Б. Латура, В. П. Леонтьєва, Л. Мемфорда, Е. Пікерінга, В. Е. Фігурнова, які стали основоположними для аналізу природи певного класу техносціальних об'єктів, подібних інтернет-мережі. Так, наприклад, Б. Латур пише про «онтологічний поворот» у соціологічних дослідженнях, він стверджує, що ця тема надасть змогу відповісти на запитання: із чого «зроблено» суспільство? [2]. К. Кнорр-Цетіна розробляє підходи в межах напряму, який тільки з'явився в соціології, – «постсоціальні дослідження». Соціологія постсоціальних досліджень будується не навколо понять «соціальне виробництво», «соціальне конструювання» й пошуку «соціальних підстав», а навколо поняття об'єкт-центричності соціального середовища.

Паризькою школою постсоціальних досліджень (У. Брюггер, Б. Латур, К. Кнорр-Цетіна та ін.) представлений такий напрям, як «дослідження науки і технології» (STS). На нашу думку, він надає змогу розглядати низку понять і явищ, які традиційно виносилися за межі соціологічних дисциплін. Ідеться про матерію, продуктивність, об'єктивність: подібні категорії, як правило, не вписувалися в межі соціологічного дослідження, оскільки робота соціологів, за твердженням Б. Латура, обмежувалася соціально релевантними темами [3]. У зв'язку із цим варто також звернути увагу на праці, присвячені дослідженню історії розвитку соціально-технічних медіапристроїв та аналізу їх взаємодії із соціальними системами, а також історії їх масового впровадження.

Розвиток цього підходу надав змогу Б. Латуру і його послідовникам (Дж. Ло, М. Каллон) прийти до створення акторно-мережевої теорії (ANT),

націленої на подолання модерністської дихотомії суб'єкта та об'єкта. Деякі принципи акторно-мережевого підходу разом з поняттям «інтер-об'єктивність» [2] нададуть змогу, як ми вважаємо, розширити ряд «соціально інтерпретованих» феноменів і додати до них ті, які до цього виносилися за межі соціологічних дисциплін.

Як вважає В. Вахштайн, почавши з критики соціального конструктивізму, дослідники соціально-технічних систем перейшли до критики соціологічної методології загалом. Так, в обіг було введено ідею «постсоціальної соціології» – соціології, яка вже не будується навколо ідей «соціального виробництва», «соціального конструювання» й пошуку самих лише «соціальних підстав». У публічних лекціях під загальною назвою «Кінець соціологізму: перспективи соціології науки» В. Вахштайн, спираючись на матеріали STS, обґрунтовує позицію, згідно з якою суспільство перестало бути «добровільною причиною всіх речей», прихованим джерелом причинності [4]. Тому соціолога має цікавити й те, із чого «зроблено» суспільство.

«Онтологічний поворот» у соціальному знанні, який розробляють представники акторно-мережевої теорії, пов'язаний з темою «об'єкт-центричної соціальності» (object-centered sociality), яка в постсоціальних дослідженнях представляється зворотною стороною сучасного досвіду індивідуалізації. Об'єкт-центричне середовище визначає індивідуальну ідентичність так само, як раніше її визначали співтовариство й сім'я. Об'єкти заміщають людей як партнерів по взаємодії й дедалі більшою мірою опосередковують людські відносини, роблячи такі залежними від них.

Важливо у зв'язку із зазначеним, зауважити, як стверджує Є. О. Лавренчук, що в постсоціальних дослідженнях значне місце посідають поширені в західних суспільствах експертні «культури знання». Оскільки пізнавальні процеси переносяться на «об'єкти знання», то зростання сучасної технічної науки можна розглядати як особливу форму об'єктних відносин. Слідом за Рейнбергером, К. Кнорр-Цетіна пропонує підхід, при якому в дослідницький фокус переноситься не сам «епістемічний об'єкт» («епістемічна річ»), а людина конкретизує й реалізує потенціал своїх бажань через включеність в «епістемічні об'єкти» [5]. Саме це визначення про включеність людського потенціалу в об'єкти важливо, з погляду подальшої розробки теми нашого дослідження.

Комп'ютерні мережі, відеовиробництво комп'ютерних мереж, відеовиробництво (як галузь), проектування мікроелектроніки, засноване на нанотехнологіях, сільське господарство, засноване на сучасних біотехнологіях тощо, а також багато інших сфер сучасних розвинених економік неминуче об'єднують свій інформаційний зміст з матеріальною підтримкою продукту. У цих умовах розпливаються кордони між товарами й послугами. Проліферація (як нарощення нової здорової тканини) включення складних автоматизованих пристроїв у суспільні відносини породила ситуацію техносоціальної коеволюції, тип розростання якої значною мірою нагадує

розростання комунікації [1]. Тільки якщо комунікація в загальному сенсі реалізується через інтерсуб'єктивність (Ю. Хабермас), то комунікативна за своєю суттю техносоціальна коеволюція – через інтероб'єктивність (Б. Латур).

Цей «самоподібний» простір взаємопов'язаних вузлів є автоматично саморегульованим організмом. У цьому сенсі Інтернет як комунікативна технологія вже на самому початку свого становлення був автономною (оперативно замкнутою) самоврядною системою – через багатьох фахівців у різних країнах, задіяних у його розвитку, але без будь-якого чітко вираженого централізованого регулювання. Межі Інтернету завжди залишалися й залишаються нечіткими, рухливими, але водночас їх можна позначити. Поняття трафік (traffic) є ключовим у визначенні меж системи: коли закінчується трафік, закінчується Інтернет.

У 1970-х рр. У. Матурана і Ф. Варела висунули теорію, згідно з якою механізм, що перетворює системи на автономні єдності, виявляється через аутопойезис: «Система автономна, якщо вона сама встановлює власні відповідні закони... Автономність – одна з найбільш відмітних рис живих істот... тепер ми уявляємо собі, що визначає живих істот як єдності – саме їх аутопойезна організація» [6]. Вони використовують людей як джерела процесів комунікації для підтримки аутопойезиса.

Таким чином, аутопойезис є системою, яка відтворює всі свої елементарні частини за допомогою діючої мережі таких самих елементів і завдяки цьому відмежовується від зовнішнього середовища [7]. Це може відбуватися у формі життя, у формі свідомості або, у випадку соціальної системи, у формі комунікації. Аутопойезис можна вважати способом відтворення системи через саму себе (Є. А. Лавренчук). Аутопойетичні структури відрізняються тим, що їх організація породжує як продукт їх самих, без поділу на виробника й продукт. Нейробіологи У. Матурана і Ф. Варела використовували поняття «аутопойетичної машини» при описі ключової властивості живої системи – безперервної регенерації й підтримки власної ідентичності. Таким чином, автономність соціальних мереж виявляється не тільки в довільному розширенні структури, а й у законах, за якими вони функціонують. Проводячи паралель між комп'ютерами системи й клітинами, варто відзначити такі загальні відмінні риси, як єдність, структура та онтогенез. Функціонально їх схожість виражається в тому, що комп'ютери, об'єднані в мережу, як і молекули, утворюють складні епістемологічні структури, здатні до аутопойезису. Тут необхідно зробити одне доповнення: аутопойезис системи запускається з певного (критичного) моменту зростання її складності, після якого система починає проліфірувати якості й інтегральні властивості, які в ній і в її частинах до того не виявлялися на попередніх фазах розвитку. У цьому випадку під аутопойезисом структури розуміють процес її самобудівництва (самодіяння) і самостворення нових рівнів власної складності. Властивості аутопойезиса не зводяться до суми властивостей системи й не виявляються як редукція запропонованих ззовні

(суб'єктом, групою, експертами тощо) вимог. Іншими словами, аутопойетична система – це система, яка творить та вдосконалює сама себе.

Результатом аутопойезиса структури Інтернету, на думку Є. А. Лавренчука, стає невизначеність смислів, потреб та інтересів, миготливо репрезентуючи саму соціальну мережу, а разом з нею – суб'єктів-користувачів, які підтримують її своїми комунікативними актами. Таким чином, соціальні мережі організовують не тільки власну структуру та власну репрезентацію, а й комунікативні акти і потреби в спілкуванні включених у їх функціонування користувачів [1, с. 234]. Важливо наголосити на тому, що всі дії з боку навколишнього середовища на складний об'єкт, побудований за типом інтернет-комунікації, тільки дають поштовх для майбутніх змін. Якись «об'єктивні» зміни зовнішнього світу не проникають (не переходять) у систему. Від зовнішнього світу система отримує повідомлення – імпульс, (збудження, подразнення), що може стати або не стати інформацією тільки в самій системі. Однак, на нашу думку, зовнішні чинники та впливи тільки запускають зміни аутопойетичних систем, але не визначають їх структурні зміни й не управляють ними. Тут не працює детермінація часів першого покоління кібернетиків: input/output. У свою чергу, автономні структурні зміни в аутопойетичних єдностях своїми впливами можуть тільки сприяти запуску структурних змін у навколишньому середовищі. Унаслідок оперативної замкнутості Інтернету, а також прагнення цієї системи відтворювати власні кордони, виявляються емерджентні властивості Мережі, оскільки системні операції залишаються завжди всередині неї. Відповідно, технологічні об'єкти, як і користувачі, які не є частиною Інтернету, лише є частиною його навколишнього середовища. Звідси можна зробити висновок, що взаємодії технологічних пристроїв (зовнішні і внутрішні), а також громадські взаємодії є зовнішнім середовищем для Інтернету. Із цього випливає висновок, за Є. А. Лавренчуком, що територіальне поняття кордону, або кордону підключення, несуттєво у визначенні кордону Інтернету. Інтернет – це сукупність комунікацій, організована завдяки передачі даних, а тому просторові межі відображають лише внутрішнє структурування системи, її внутрішню диференціацію, спрямовану на оптимізацію складності її самої та навколишнього середовища. Інтернет створює опис самого себе, і кожна комунікація, яка відбувається в ньому, також створює самоопис. Відповідно до теорії систем Н. Лумана, подібним чином організовуються структури системи, які побудовані за рахунок її ж операцій. Іншими словами, імпорт комунікативних структур неможливий у мережу, тому що система володіє власною оперативною замкнутою структурою. Інтернет використовує власні описи для визначення стану операцій, які, у свою чергу, є основою для подальших операцій [1]. В Інтернеті, як у комунікативній системі, за кожною комунікацією відбувається неідентична комунікація, але вона відповідає загальному комунікативному коду Інтернету й завжди зумовлена комунікаціями, які відбувалися раніше. Ми з тим, безумовно, погоджуємося, адже сам процес перебігу комунікації має пер-

шорядну значущість для системи, тому що саме він є основою її розрізнення із зовнішнім середовищем. Таким чином, операційність інформації в Інтернеті домінує над каузальністю [1]. Треба сказати, що така поведінка системи була описана Ж.-Ф. Ліотаром у «Стані Постмодерну». Він стверджував, що легітимація оформлюється через продуктивність: «Продуктивність самолегітимуються, як, мабуть, це робить система, відрегульована на оптимізацію своїх результатів. Таким чином, на сьогодні зростання продуктивності і її самолегітимація проходять через виробництво, збереження, доступність та операційність інформації» [8].

Висновки. Виходячи з вищесказаного, ми можемо визначити Інтернет як оперативну замкнуту структуру, яка володіє акумулюючою властивістю абсолютно різних систем (соціальних і технологічних), власним кордоном, а також аутопойетичним пристроєм, який запускає процес самовідтворення у вигляді надбудови нових поверхів власної складності. У цьому дослідженні аутопойезис є важливим поняттям, тому що він, на наш погляд, надає змогу виявити сутнісні властивості інтернет-простору, котрий розростається. Процес аутопойезиса виявляється не тільки в самовідтворенні, а й у відокремленні від навколишнього середовища. Системи з аутопойетичною організацією породжують як продукт самих себе без чіткого поділу на виробника й продукт. До таких, наприклад, можна зарахувати ДНК як текст, який читає й пише сам себе. Однак автономність у цьому випадку не передбачає абсолютної незалежності від зовнішніх систем.

Список використаних джерел

1. Лавренчук Е. А. Аутопойезис социальных сетей в интернет-пространстве : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Москва, 2011. 186 с.
2. Латур Б. Когда вещи дают сдачи: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки. *Вестник МГУ. Сер. «Философия»*. 2003. № 3. С. 33.
3. Вахштайн В. Конец социологизма: перспективы социологии науки. *Публичные лекции Полит.ru*. URL: <http://www.polit.ru/lectures/2009/08/06/videonvahshtain.html> (дата обращения: 21.11.2017).
4. Karin Knorr Cetina. Sociality with Objects. Social Relations in Postsocial Knowledge Societies. *Theory, Culture and Society*. 1997. Vol. 14. № 4. P. 130.
5. Maturana H. R., Varela F. J. The tree of knowledge: The biological roots of human understanding. Boston : Shambhala Publications, 1987.
6. Луман Н. Что такое коммуникация? / пер. с нем. Д. В. Озирченко. *Социологический журнал*. 1995. № 3. С. 114–125.
7. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна (1979) / пер. с франц.: Н. А. Шматко, «Институт экспериментальной социологии». Москва : АЛЕТЕЙЯ ; Санкт-Петербург, 1998.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Дидык Л. А. Механизмы функционирования социальных сетей

Изучение глобальной сети Интернет и ее коммуникативных способностей в современном социологическом дискурсе приобретает новые особые механизмы. На смену «старым» категориям приходят новые, которые образуются в результате возникновения новых научных обстоятельств. Начало изучения компьютерного дискурса определяется в традиционном категориально-понятийном наборе, поэтому необходим методологический прыжок, чтобы выйти на новую волну осмысления ситуации. Меня-

ется идеология, обрушивая все культурные представления, меняются вместе с ней и знания не только в феноменологическом плане, но и в эпистемологических принципах.

Ключевые слова: Интернет, киберпространство, социальные сети, виртуальный дискурс, аутопойезис, социальная эмерджентность, STS «исследования науки и технологии», ANT «акторно-сетевая теория», трафик.

Didyk L. A. Mechanisms of the Functioning of Social Networks

The modern world of Internet technologies is extremely variable. Constant technological development directly affects the consciousness of each person in her actions, social life, communicative connections. World Wide Web is turning into the main generator of ideas. The past centuries of human experience goes back to the background, technology is ahead of human thinking. Every person, in order to survive in the modern world of a global network, must work on himself, constantly study and at the same time not lose his own «I-man».

The study of the global Internet and its communicative abilities in modern sociological discourse acquires new special mechanisms. Instead of «old» categories come new, which are formed as a result of new scientific circumstances. The beginning of the study of computer discourse is defined in the traditional categorical-conceptual set, so a methodological leap is needed to reach a new wave of comprehension of the situation. Ideology changes, collapsing all cultural representations, changes with it and knowledge, not only phenomenological, but also in epistemological principles.

We define the Internet as an operatively closed structure, which has the accumulation property of completely different systems (social and technological), its own border, as well as an autopoietic device, which launches the self-reproduction process as a superstructure of new floors of its own complexity. In this study, autopoiesis is an important concept, since it, from our point of view, allows us to identify the essential properties of the growing Internet space. The process of autopoiesis manifests itself not only in self-reproduction, but also in isolation from the environment. Systems with an autopoietic organization generate as a product themselves without a clear division between the manufacturer and the product. For example, you can refer to DNA as a text that reads and writes itself. However, autonomy in this case does not imply absolute independence from external systems.

Key words: Internet, cyber space, social networks, virtual discourse, autopoiesis, social emergence, STS «science and technology research», ANT «actor-network theory», traffic.

УДК 316-35:305

Н. В. ДЗЮБА

ПОЛЯРИЗАЦІЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ТА ЕЛЕКТОРАЛЬНІ ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ

У статті розглянуто важливу, актуальну та малодосліджену проблему, пов'язану зі специфікою гендерного розриву в електоральній поведінці жінок та чоловіків щодо підтримки різних політичних партій. Встановлено наявність реальної різниці в голосуванні жіночого та чоловічого електоратів за різні політичні сили, тенденція голосування жіночого електорату, насамперед, за партії, стратегії яких спрямовані на соціально орієнтовані витрати, партії «лівої» орієнтації, консервативні партії.

Визначено, що, хоча на сьогодні в Україні з низки причин (значна кількість партій, що беруть участь у виборах, постійна зміна переможців, що входять до складу Верховної Ради, тощо) дуже складно виділити партії з переважно жіночим або чоловічим електоратами, водночас, використовуючи технологію гендерного маркування та принцип гендерної метафоризації в принципі можливе виділення в основному «жіночих» та «чоловічих» партій. Виявлено також основні гендерні електоральні стереотипи, якими керуються жінки, голосуючи за різні партії.

Ключові слова: гендерний розрив, поляризація політичного простору, гендерні стереотипи, гендерне маркування, гендерна метафоризація.

Практично загальновідомою є сьогодні ситуація, яка складається в Україні та є аналогічною в багатьох демократичних країнах щодо різниці в електоральній поведінці жінок та чоловіків, що є яскравим проявом так званого гендерного розриву. При тому, що в загальному вигляді часто спостерігається достатньо близька картина в їх електоральній активності та поведінці (тобто результати їх голосування відрізняються незначною мірою) мотивація їх електоральної поведінки збігається не завжди. Так, англійська дослідниця Р. Кемпбелл, характеризуючи таку ситуацію, зауважує, що «гендерний розрив у голосуванні під час виборів може виявлятися у двох напрямках. Гендерний розрив може виявлятися як вибір, за кого віддати свій голос, або як мотиваційний гендерний розрив в електоральному виборі, де чоловіки й жінки голосують за ту саму партію з різних причин» [1, с. 28]. Урахування цієї обставини має достатньо вагоме значення: як при загальному аналізі соціально-політичних явищ, з одного боку, так і при практичній організації виборчих кампаній – з іншого.

Особливо важливим, на наш погляд, є аналіз подібного гендерного розриву, який спостерігається, коли йдеться про ставлення потенційних та реальних виборців до політичних партій, що беруть участь у виборах. Світовий досвід, зокрема, свідчить, що в цьому плані часто спостерігається достатньо суттєва різниця в ставленні жінок (порівняно із чоловіками) до тих чи інших політичних сил. Тобто спостерігається значна поляризація електорального простору, а саме відмінність ставлення жінок та чоловіків

до різних політичних партій. Причому йдеться тільки про достатньо зрозуміле позитивне ставлення жінок до «суто жіночих» партій (зокрема, в Україні на певному етапі розвитку політичного простору такої, як Всеукраїнське політичне об'єднання «Жінки за майбутнє України»), а до будь-яких політичних партій, враховуючи їх специфіку, програмні засади, лідерів тощо.

Також для розуміння гендерної поляризації електорального простору варто зауважити, що жінки мають меншу впевненість у своїй здатності впливати на політичний процес своїми власними діями. Водночас «розрив активності» зменшується після того, як жінки здобувають освіту певного рівня. Як зауважують британські дослідники, цей розрив збільшується серед етнічних груп, у чорних жінок на 8% менше шансів проголосувати, ніж у чорних чоловіків, також рівень гендерного розриву в електоральній активності зростає серед домогосподарств з низьким рівнем доходів [2].

Мета статті – аналіз проблеми поляризації електорального простору в Україні та гендерних електоральних стереотипів, що впливають на гендерний розрив у ставленні жінок і чоловіків до політичних партій.

Отже, розглядаючи проблему дослідження, треба, передусім, виявити основні риси загального ставлення, загальної оцінки жінок щодо різних політичних партій, виходячи з їхніх суто жіночих соціально-політичних позицій. Так, можна виділити такі чинники, що визначають та стимулюють підтримку різних політичних сил з боку жіночого електорату.

По-перше, одне з найбільш імовірних джерел існування гендерного розриву – це позитивне ставлення жінок до стратегій тих політичних партій, які спрямовані на соціально орієнтовані витрати. Безумовно, йдеться про реальні проекти їх реалізації, а не популістські обіцянки, типу «підіймемо зарплати, пенсії» тощо. Звідки виходить подібна позиція жінок? Зрозуміло, що практично в усіх країнах жінки часто економічно менш забезпечені, ніж чоловіки, та покладаються на державне забезпечення повного рівня добробуту.

Так, американські фахівці Дж. Манза та К. Брукс стверджують, що гендерний розрив у президентських виборах у США сягає своїм корінням активізації участі жінок в оплачуваній робочій праці. Ця участь обґрунтовує зацікавленість з приводу витрат на служби соціальної допомоги, яка орієнтує жінок віддавати свій голос за політичну силу демократичного напрямку, порівняно із чоловіками. Автори вказують, що жінки частіше, ніж чоловіки, покладаються на державний сектор робочих місць, соціальні служби, пов'язані з дітьми (особливо це стосується самотніх матерів, чий можливості заробітку обмежені обставинами, що склались). З двох основних партій Демократична партія найближча до реалізації соціально орієнтованої політики в Сполучених Штатах [3].

По-друге (і цілком зрозуміло, виходячи з вищеназваних обставин), жінки-виборці більш інтенсивно, ніж чоловіки, схильні підтримувати ліві партії. Так, зарубіжні дослідження свідчать про те, що саме участь жінок в

оплачуваній праці має значний вплив на їх електоральну поведінку. Підтримка жінками лівих партій може бути заохоченою поширенням форм горизонтальної та вертикальної професійної стратифікації. Жінки в середньому мають нижчий рівень заробітної плати як робітниці, як працівники громадського сектору, сфери освіти, охорони здоров'я та соціальних послуг. Крім того, жінки продовжують відчувати нерівність за ознакою статі і низький соціально-економічний статус на тлі значно вищого рівня бідності серед жінок [4].

Загалом аналіз світового досвіду дослідження гендерних особливостей електоральної поведінки надає змогу стверджувати, що в 1990-х рр. серед передових промислово розвинених країн жінки виявилися значно більш лівими, ніж чоловіки, у більшості країн. Сучасний гендерний розрив зберігався в США, Франції та Німеччині після введення структурних елементів управління. Це підтверджує висновки, що структурні та культурні фактори відіграють певну роль у формуванні сучасного гендерного розриву. Крім того, у посткомуністичних країнах єдиний значущий гендерний розрив на національному рівні був зафіксований у Східній Німеччині, яка точно відображає західнонімецьку тенденцію орієнтації жінок на ліву політичну силу. Тому при проведенні будь-якого глобального аналізу прояву гендерних особливостей необхідно враховувати тип суспільства, а також гендерну систему, що склалась. Процес модернізації мав глибокий вплив на життя чоловіків і жінок, а також сучасний гендерний розрив тісно пов'язаний з процесом економічного й політичного розвитку.

По-третє, хоча це й може здатися дивним, історично жінки в багатьох західних демократіях, як правило, активніше голосують за консервативні партії, ніж за ті, що виникають у процесі модернізації та пропагують суто сучасні нетрадиційні цінності. На жаль, подібну тенденцію дуже важко простежити в сучасній Україні саме тому, що перелік політичних партій, які є ключовими на політичній арені країни, незважаючи на їх значну кількість узагалі, постійно докорінно оновлюється. Тим не менше, якщо простежити ставлення жінок до основних, так би мовити, партій влади, що постійно змінюються (зокрема СДПУо, НДП, «За єдину Україну», Партія регіонів, БПП), то голосують вони за ці партії, як свідчать результати досліджень, значно активніше, ніж виборці-чоловіки.

По-четверте (і це дуже чітко простежується, зокрема, у російських умовах), жінки активніше за чоловіків голосують за правлячу партію. Можливо, тому, що спочатку чекають від неї, враховуючи її можливості, реалізації обіцянок, пов'язаних із різними аспектами покращення добробуту, збільшення рівня соціальної захищеності, життя народу загалом. Іноді це прямо зводиться (як у Росії) до прямих проявів конформізму та загального негативного ставлення до опозиційних партій.

Зрозуміло, що йдеться не про підтримку жінками-виборцями будь-яких правлячих партій. Саме про це свідчить сучасна ситуація в Україні, де правлячі БПП та «Народний фронт» практично втратили будь-яку електо-

ральну підтримку після декількох років свого правління. Ідеться про ситуацію, наприклад в Німеччині, де правляча партія не змінюється впродовж декількох каденцій та має дійсно значну підтримку населення. Або в певний період часу в Російській Федерації у перші роки ХХІ ст., коли добробут людей дійсно зростав.

Аналізуючи наведені тенденції, треба зауважити, що, як підкреслено в спеціальній науковій літературі, особливо коли йдеться про голосування населення за політичні партії, гендерний розрив дуже малопомітний сьогодні, останнім десятиріччям, у країнах Західної Європи. Водночас він яскраво виявляється в США. Чоловіки завжди більш активно підтримують кандидатів від Республіканської партії, жінки – від Демократичної партії. І саме це підтверджує ті тенденції, про які йшлося вище.

Демократична партія США, дійсно, більше схильна до реалізації соціально орієнтованої політики. Крім того, її програмні документи та політична практика свідчать про всіляку спрямованість на підвищення добробуту найбільш вразливих верств населення, проведення медичної реформи в інтересах незаможних верств населення, зокрема, Бараком Обамою, забезпечення рівності расових меншин, що також викликає позитивний відгук у жінок-виборців. Цікаво, яким чином поведуть себе ці жінки на наступних виборах, коли їм доведеться переобирати на наступний термін Дональда Трампа, якому як раз не властива соціально орієнтована політика та який виступає проти медичної реформи Барака Обами, проти прийому біженців і мігрантів. Але про це ми дізнаємося пізніше.

Проведений вище аналіз політичної поляризації електорату, зокрема гендерного розриву, який існує між чоловіками та жінками щодо підтримки ними політичних партій, був би, на нашу думку, неповним без хоча б незначного (з урахуванням небагатого обсягу наукового матеріалу, особливо українського, що є на сьогодні) аналізу проблеми гендерного маркування політичних партій. Зрозуміло, що загалом характеристика суб'єктів політичних процесів у цьому плані не має рішучого чи хоч значного наукового сенсу.

Тим не менше, дослідження та пропозиції російського науковця Т. Рябової є дуже цікавими й заслуговують на увагу, у тому числі при аналізі проблем гендерної поляризації. Так, вона вважає, що «гендерне маркування соціальних об'єктів найчастіше здійснюється за допомогою гендерної метафоризації, що визначається як перенесення певних якостей та властивостей, що приписуються чоловікам і жінкам, на соціальні та природні феномени» [5].

Вважаючи, що приписування політичним суб'єктам гендерних характеристик може здійснюватися за допомогою безпосередньої вказівки на їхню «стать», вона визначила та зробила спробу це перевірити в процесі проведення емпіричних соціологічних досліджень, яким чином сприймають мужність/жіночість не тільки окремих політиків (до речі, і це є дуже цікавим), а й політичних партій населенням.

Цікаво, що понад 70% опитаних вказали, що «Єдиній Росії» скоріше притаманні якості «мужності», а «Яблуку» – 48,5% – «жіночості», і тільки 19% – «мужності». При цьому «Єдиній Росії», на думку респондентів, найбільш притаманні такі якості, як сила (80,1%); мудрість (51 %); рішучість (45,2 %), а «Яблуку» – пасивність (56,7 %); нерішучість (46 %); слабкість (46,3 %).

Зрозуміло також, що використання подібних підходів до проблем гендерної поляризації з урахуванням тієї самої гендерної метафоризації потребує більш значного наукового опрацювання. Тим більше, що подібні дослідження досі практично не проводилися й на Заході (хоча, на наш погляд, наведені вище приклади з Демократичною та Республіканською партіями США заслуговують у цьому плані на значну увагу). Але, що важливо: саме в таких оцінках подібних якостей політиків і політичних партій виявляються значущість та вплив на електоральну поведінку населення саме певних гендерних стереотипів, що багато в чому визначають появу електоральних стереотипів, які відіграють, можливо, вирішальну роль у виборчій поведінці жіночого електорату передусім.

На жаль, подібних висновків, хоча б попередніх, щодо «жіночості» та «чоловічості» електоратів українських політичних партій сьогодні зробити практично неможливо. І справа не тільки в тому, що вони як активні гравці на політичному ринку постійно змінюються, тому й простежити преференції населення щодо ставлення до них дуже важко. Так, сьогодні в українській Верховній Раді восьмого скликання із «старих» політичних партій залишилася тільки ВО «Батьківщина». Інші партії, що зараз функціонують, фактично не існували зовсім чи не існували раніше як серйозні парламентські сили.

Якщо ж казати загалом про підтримку жінками та чоловіками досить «серйозних» політичних сил, що функціонували дещо раніше, то, за результатами останніх до виборів 2014 р. до Верховної Ради – виборів у 2012 р., то ситуація була такою. «Чоловічий» електорат переважав серед тих, хто віддав голоси за ВО «Свободу» (54,4% чоловіків); «УДАР В. Кличка» (54,8%); Радикальну партію О. Ляшка (55,7%); «Рідну Вітчизну» (68%); Ліберальну партію України (88,2%), Партію зелених України (52,8%). Жінки ж становили основу електоратів таких партій: ВО «Батьківщина» (57,5%); Партія регіонів (58,7%), Соціалістична партія України (51,6%); Партія пенсіонерів України (63,4%), «Україна майбутнього» (56,8%) та деякі інші. Відносно рівна гендерна структура електорату була у Комуністичної партії України, «Нашої України» [6, с. 168–169].

Застосування до українських політичних партій підходу, що був описаний вище, та зводиться до виділення суто «жіночих» та «чоловічих» партій, тобто використання гендерного маркування, крім зазначеного, утруднюється такими причинами:

– по-перше, в Україні зареєстрована дуже велика кількість (близько 200) політичних партій, причому програми значної їх кількості (напри-

клад, соціал-демократичного спрямування) дуже близькі, а іноді й збігаються. Тому, враховуючи, що у виборах в Україні постійно беруть участь декілька десятків партій, визначити їх «гендерну спрямованість» не завжди легко;

– по-друге, як свідчать результати соціологічного дослідження «Гендерні стереотипи і громадське сприйняття гендерних проблем в українському суспільстві», здійсненого у 2006 р. Інститутом соціології НАН України, лише третина потенційних виборців звертає (і то не завжди) увагу на кількість чоловіків та жінок у виборчих списках партій [7, с. 48–49]. Лише кожний сьомий респондент опікується представництвом жінок у партійних списках. Тому говорити про гендерний баланс у подібних списках та – відповідно – про існування «жіночих» і «чоловічих» партій узагалі дуже важко;

– по-третє, дуже цікаво, що за результатами того самого дослідження [7, с. 49–50], більшість опитаних жінок (57%) не вважають, що стать лідера політичної партії може вплинути на загальне лідерство партії на виборах (хоча все ж 68% опитаних жінок демонструють гендерну солідарність, тобто підтримують лідерів-жінок);

– по-четверте, програмні документи навіть найбільших партій, що представлені в парламенті, висловлюють дуже нечіткі або загальні позиції щодо їх основних цілей та завдань. При цьому в програмах багатьох партій проблеми «гендерної чутливості» взагалі не порушуються. Лише в деяких ідеться про проблеми материнства та дитинства. І лише інколи – про необхідність забезпечення більшого представництва жінок у виборних органах. Результати дослідження Інституту соціології свідчать, що 39% опитаних зазначили, що вони взагалі не переглядають програми політичних партій, не стежать за передвиборчими дискусіями. Тобто або не знають пропонувані партіями заходів, або не дуже довіряють їм;

– по-п'яте, навіть якщо якісь гендерні проблеми (а йдеться зараз саме про них) у подібних програмних документах політичних партій порушуються, вони найчастіше не реалізуються, не вирішуються на практиці: найбільш наявний та переконливий приклад у цьому плані – коаліційна угода, що була прийнята та затверджена п'ятьма партіями, які увійшли до коаліції демократичних сил в українському парламенті восьмого скликання. Визначені в ній програмні позиції не тільки не були у своїй більшості реалізовані, а із цих п'яти партій, що увійшли до коаліції, три її покинули через незначний термін після її утворення.

Отже, враховуючи основні позиції поляризації політичного простору в Україні, що були зазначені вище, виходячи з тих тенденцій, що були обґрунтовані вище, можна достатньо чітко та доказово говорити про наявність і функціонування гендерних електоральних стереотипів, які визначають специфіку поведінки жіночого електорату (підкреслимо, ідеться про поведінку саме його) у процесі вибору політичних партій та голосуванні за них:

– підтримувати краще партії «лівої» спрямованості, оскільки вони проголошують цілі та пропонують заходи, спрямовані, передусім, на за-

хист найменш захищених і найменш забезпечених верств населення, зокрема жінок, на відміну від чоловіків;

– голосувати треба, насамперед, за партію, яка в поточний період була правлячою та висувається на виборах на повторний термін, тільки за умови виконання нею всіх реформ, заходів і обіцянок, що були нею дані раніше, коли вона вперше ставала правлячою. Треба особливо наголосити, що, на жаль, значна частка українських виборців не дотримується цього «правила», але на сьогодні процеси такого підходу зазнають рішучих змін у країні;

– при вирішенні проблеми голосування за ту чи іншу політичну партію треба орієнтуватися не тільки в її основних соціально-політичних та соціально-економічних цілях, але й враховувати міру «гендерної чутливості» її програм і намірів. Оскільки практика свідчить: якщо проблеми жінок, материнства та дитинства, жіночого представництва у виборних органах у програмних документах партії не проголошуються, результати її «правління» навряд чи будуть спрямовані на захист і підтримку найбільш економічно та соціально вразливих верств населення;

– у програмних документах політичної партії повинні бути чітко визначені цілі «гендерної політики» партії та заходи з їх реалізації, причому таким чином, щоб їх можна було реально проконтролювати;

– проблеми «гендерної чутливості» програми та політики партії повинні враховуватися незалежно від того, хто є лідером політичної сили, у жодному разі не можна покладатися тільки на те, що таким лідером є жінка.

Висновки. Проведений аналіз свідчить, що наявний гендерний розрив у випадку голосування жінок та чоловіків за різні політичні партії, тобто існує в цьому плані гендерна поляризація електорального простору. Щодо жіночого електорату, то йдеться передусім про його підтримку стратегій тих політичних сил, які спрямовані на соціально орієнтовані витрати, партій «лівої» орієнтації, консервативних партій та за певних умов правлячих партій. Особливо ця тенденція спостерігається в США, у структурах електоратів Демократичної та Республіканської партій. На жаль, в Україні такої чіткої орієнтації електорату не спостерігається.

Крім того, як свідчать проведені дослідження (хоча їх результати й потребують додаткового уточнення), існує можливість гендерного маркування відносно політичних партій, тобто їх поділу на в основному «жіночі» чи в основному «чоловічі», використовуючи при цьому гендерну метафору.

Поданий у статті аналіз свідчить, що процес поляризації політичного простору в гендерному аспекті висуває такі електоральні стереотипи, якими керується в Україні жіночий електорат: підтримувати треба, передусім, партії «лівої» спрямованості; голосувати треба за партію, яка раніше в процесі свого правління реалізувала заплановані реформи та виконала обі-

цянки, які давала; при голосуванні за партію треба обов'язково враховувати міру «гендерної чутливості» її програм і намірів та деякі інші.

Список використаної літератури

1. Campbell R. Gender, ideology and issue preference: Is there such a thing as a political women's interest in Britain? *The British Journal of Politics & International Relations*. 2004. № 6. С. 20–44.
2. Political gender gap deters women voters. *The report of a research study, funded by The Electoral Commission, UK*. 2004. URL: http://image.guardian.co.uk/sys-files/Politics/documents/2004/04/29/Gender_report.pdf (дата звернення: 12.11.2017).
3. Manza J., Brooks C. The Gender Gap in U. S. Presidential Elections: When? Why? Implications? *American Journal of Sociology*. 1998. № 5. С. 235–1266.
4. Human Development Report 1995 / ed. by B. Ross-Larson, A. Strong, H. Cochran. New York: Oxford University Press, 1995. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/256/hdr_1995_en_complete_nostats.pdf (дата звернення: 12.11.2017).
5. Рябова Т. Гендерные стереотипы как фактор оценки субъектов политического процесса. *Женщина в российском обществе*. 2008. № 2. С. 44–52. URL: https://womaninrussiansociety.ru/wp-content/uploads/2013/12/2008_2_ryabova.pdf (дата звернення: 12.11.2017).
6. Прокопчук І. Електоральна поведінка: гендерний аспект. *Нова парадигма*. 2012. № 112. С. 165–174.
7. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві / авт. кол. Ю. І. Саєнко, Л. Аджадін, М. Васильчук та ін. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2007. 144 с.

Стаття надійшла до редакції 16.12.2017.

Дзюба Н. В. Поляризация электорального пространства и электоральные гендерные стереотипы

В статье рассмотрена важная, актуальная и мало исследованная проблема, связанная со спецификой гендерного разрыва в электоральном поведении женщин и мужчин относительно поддержки ими различных политических партий. Установлено наличие реального различия в голосовании женщин и мужчин за разные политические силы. Прослеживается тенденция голосования женского электората в первую очередь за партии, стратегии которых направлены на социально ориентированные расходы, партии «левой» ориентации, консервативные партии.

Определено, что, хотя сегодня в Украине по ряду причин (большое количество партий, берущих участие в выборах, постоянная смена их победителей, которые входят в состав Верховной Рады, и др.) очень сложно выделить партии с преимущественно женским или мужским электоратами. В то же время, используя технологию гендерного маркирования и принцип гендерной метафоризации, возможно выделение в основном «женских» и «мужских» партий. Выявлены основные гендерные электоральные стереотипы, которыми руководствуются женщины, голосуя за различные партии.

Ключевые слова: гендерный разрыв, поляризация политического пространства, гендерные стереотипы, гендерное маркирование, гендерная метафоризация.

Dziuba N. The Polarization of the Electorial Space and Electorial Gender Stereotypes

The gender differences in party preferences are noted as a persistent and well-established phenomenon in scientific studies. In voting behavior, women tend to support «left» parties more than men throughout advanced industrial societies (however not in post-communist societies and developing countries). Women focus mainly on parties, whose strategies are based on socially-oriented expenditures (for example, the electorate of the

Democratic and Republican parties in the United States). In addition, a special attraction for women voters are conservative parties and in some cases the ruling parties when they really care about improving the welfare of citizens.

The gender differences are not sufficiently studied in the Ukraine. Unfortunately, it is very difficult to clearly and deeply analyze the specifics of the electoral preferences of women and men voters, because there are a lot of parties which take part in the elections, and the winners of these elections are constantly changing. So, in the last Verkhovna Rada's the eighth convocation, there is only one of the old parties, which named «Batkivschina». The other parties of the parliament did not exist before or they were just forming.

Some studies on gender, including Russian scientists' studies, demonstrate among other things that the political parties can be identified as «female» and «male» parties. It is possible to use the so-called gender marking of social objects – to transfer of certain quality attributes of men and women on social and political objects, including political parties. This problem requires additional researches and analysis.

At this issue we focus on comparing gender differences in the electoral polarization. Political position is a significant indicator of the electoral space structure, which is the distribution of expressed interests and potential actions (intentions to support one or another candidate (personality), or political party). And the political position is manifested in electoral polarization (the delineation of political positions, partisanship).

The conducted research, including results of a special study of the problem, conducted by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, made it possible to identify some electoral stereotypes that guided women, voting for different parties. Among them, in particular, the preferential orientation to the «left» parties; accounting for the activities of the previous party, as the ruling party in the previous period; presence in the program documents of the party, the so-called «gender sensitivity» and some others.

Key words: *gender gap, polarization of political space, gender stereotypes, gender marking, gender metaphorization.*

УДК 316.613

С. Л. КАТАЕВ

КОНЦЕПТ «ОБЩЕСТВА УСПЕХА» В ДИСКУРСЕ СОЦИОЛОГИИ

Статья посвящена анализу концепта «общества успеха». Рассматриваются различные критерии, условия успешности и пути достижения успеха как общества в целом, так и тех людей, которые стремятся в своей жизни к успеху. Утверждается, что на пути к обществу успеха Украине необходимо преодолеть ряд вызовов, касающихся не только экономического, но и социокультурного характера.

Ключевые слова: современное общество, общество успеха, успех, креативный класс, социальная мораль, постматериальные ценности, Украина.

Каждый этап в развитии общества социологи обозначают понятием, которое отражает то или иное важное свойство общества. Так появились названия: общество потребления, общество риска, информационное общество, цифровое общество и т. д. Название акцентирует определенное явление, которое присуще обществу. Это явление проблематизируется, вокруг него концентрируются иные свойства. Через такое ключевое явление интерпретируются все другие признаки и феномены общества. Одним из явлений, которое еще не нашло должного отражения в номинациях современного общества, является «успех». Критериями и условиями успешного общества являются не только материальные, экономические факторы, а и факторы социокультурного характера.

Цель статьи – обозначить социокультурные проблемы и ценности, которые связаны с понятием успех, и дать обоснование для еще одной номинации современного общества как «общества успеха».

Проблемы успешного общества поднимал в своих работах классик социологической мысли М. Вебер [1]. Близким к понятию «общество успеха» является меритократическое общество. В современной западной социологии концепцию меритократического общества развивали М. Янг, З. Бжежинский, Д. Белл [2] и др. Отдельные положения, касающиеся общества успеха, затрагивали Р. Флорида [3], Р. Инглхарт [4] и др.

Словарное определение понятия «успіх» следующее: «достижение поставленных целей в задуманном деле, положительный результат чего-либо, общественное признание чего-либо или кого-либо» [5]. На наш взгляд, понятие успеха довольно неопределенное, потому что в понимание успеха люди вкладывают разный смысл в зависимости от характера своих ценностных ориентаций. В указанном определении не предусматривается учитывать критерии, признаки достижения цели, положительного результата или признания. В понимании успеха следует закладывать координаты оценки успеха, то есть относительно чего дается такая оценка. Если этого не учитывать, то одно и тоже достижение одним человеком оценивается как успех, а другим – как провал. Например, на олимпийских играх спорт-

смен, который занял 20-е место, с точки зрения участников соревнования является аутсайдером, но с точки зрения данного спортсмена или команды он добился успеха, войдя в двадцатку лучших.

Социология изучает общество, а не отдельных людей. Поэтому проблема успеха рассматривается социологами в контексте общества успеха.

Успех проблематизируется в качестве критерия социальной стратификации и качестве, которое служит структурообразующим признаком. Таким образом, под обществом успеха понимается такое общество, в котором доминирующие социальные позиции принадлежат людям, добившимся успеха. Это общество, в котором успех, независимо от его причины или сферы проявления, является ценностью, социально одобряемым качеством, целью, которая определяет жизненные программы. Близким аналогом общества успеха является меритократическое общество. Это такое общество, в котором «власть принадлежит наиболее способным людям, независимо от их социального происхождения и финансового достатка» [6].

Успех является критерием для сравнительной оценки различных обществ. В таком случае можно говорить об успешном обществе как таком, которое добилось более высоких показателей благосостояния, качества жизни для своих граждан. Но признаками и условиями успеха являются не только экономические показатели, а и социокультурные.

По общему убеждению социологов, современное общество является информационным обществом знания. Соответственно, успеха в этом обществе добиваются люди, которые обладают качествами личности информационного общества. Это высокая информационная культура, умение пользоваться компьютером и различными коммуникационными устройствами. Это общество, в котором фактическая, реальная власть принадлежит специалистам, людям, обладающим знаниями в соответствующих областях. В этом обществе важной ценностью является личностная самореализация.

Критерием успеха являются творческие достижения. Перечисленные качества личности информационного общества являются идеальными, а потому ими не обязательно должны обладать все. В обществе остаётся широкий простор для жизненной реализации у людей разных типов, с разным пониманием успеха.

В зависимости от иерархии того, что для человека является ценным, можно условно выделить четыре типа личности: 1) люди, для которых значимой является власть; 2) те, для кого значима самореализация; 3) люди, для которых важно быть похожим на ближайшее социальное окружение, не выделяться ни в лучшую, ни в худшую сторону; 4) маргиналы – люди, резко отличающиеся от социального окружения.

В отдельную категорию можно выделить тех, для кого значимы материальные блага. Для них обладание вещами, их потребление служит критерием успеха. Для таких людей материальные блага служат признаком

любого вида успеха, к любой деятельности или явлению они относятся потребительно.

Очевидно, для всех этих типов личности успех будет иметь разный смысл: это может быть власть, деньги и материальные блага, творчество, быть, как все, или сильно отличаться от других людей.

В зависимости от понимания успеха различаются и технологии достижения желаемого успеха.

Общество в социологии рассматривается как система, поэтому мы разбираем системную модель общества успеха.

Компонентами этой модели являются люди, которые добились успеха. Но нас интересуют не конкретные, отдельные люди, а социальный тип успешной личности и черты, присущие этому типу личности. Социология изучает социальные факторы успеха, то есть такие, которые связаны со свойствами общества или большинства людей. Социологию интересуют не индивидуальные особенности, а социально типичные.

Компонентами системной модели успешного общества являются факторы и условия успеха, технологии успешной деятельности, социальная мораль общества успеха, ответственность как важнейшее качество этой морали, социальный капитал, социальное неравенство по критерию успеха: от элиты до «лузеров».

По мнению классиков социологической мысли, важнейшим условием успешного общества является социальная мораль.

В своих работах М. Вебер доказал, что общество, в котором люди следуют нормам социальной морали, быстрее экономически развивается, добивается большего успеха в обеспечении материального благосостояния граждан.

Общество же, в котором значительная часть людей не чтит моральных норм, экономически не растет и остается на задворках цивилизации. Эта мысль была эмпирически доказана М. Вебером в книге «Протестантская этика и дух капитализма» [1].

Дефицит социальной морали иллюстрируют данные социологических исследований. Так, с утверждением: «Чего сегодня нам не хватает, так это настоящей дружбы, как бывало раньше, – на всю жизнь», – согласно 24,3%, а не согласно – 9,0%. Остальные не знают [7, с. 448].

Важнейшими составляющими социальной морали являются доверие, ответственность и уважение к законам [7, с. 448]. Дефицит этих качеств иллюстрируют социологические исследования. Так, с утверждением: «Я считаю, что большинство людей в состоянии пойти на нечестный поступок ради выгоды», – согласны 18,8%, не согласны – 12,5%, остальные не знают [7, с. 448].

Отношения доверия в социологии принято именовать социальным капиталом. Социологи изучают уровень социального капитала и приходят к неутешительному выводу, что в Украине, по сравнению с развитыми западными странами, очень низкий уровень социального капитала.

Социологические исследования показывают, что люди не доверяют друг другу, в стране низкий уровень взаимопомощи и поддержки. Так, с утверждением: «Безопасно никому не доверять», – согласно 35,1%, а не согласно – 12,5%, остальные не знают. С утверждением: «Большинство людей в душе не любят себя обременять ради других, чтобы помочь другим», – согласны 28,6%, а не согласны – 10,7 %, остальные не знают [7, с. 452].

Всплеск волонтерской деятельности во время ранней активной фазы АТО сходит на нет. Этот всплеск объясняется мобилизационными настроениями, когда люди, почувствовав смертельную угрозу стране, откликнулись на призыв помочь фронту. То есть это ситуативное явление, а не ментальная черта общества. Это сказывается и на уровне доверия волонтерам. За 2015–2016 гг. доверие волонтерам уменьшилось. На вопрос: «Какой уровень Вашего доверия волонтерам?» – пункт «полностью доверяю» в 2015 г. отметило 14,3%, а в 2016 г. – уже 9% [7, с. 453].

Социальная и личная ответственность лежит в основе успешного общества. Личная ответственность за свою судьбу, за свои жизненно важные решения позволяют людям добиваться успеха. Если в обществе большинство людей обладают личной ответственностью, то это общество быстрее добивается успеха.

Признаками личной ответственности являются отношение к причинам своих успехов и неудач. Если человек считает, что основной причиной его жизненных проблем являются внешние обстоятельства, то он лишен чувства личной ответственности. Если же человек считает, что основной причиной его проблем является он сам, то это признак наличия личной ответственности.

Сравнительные социологические исследования показывают, что в Украине, по сравнению с развитыми западными странами, значительно меньше процент людей, которые считают, что основной причиной своих проблем являются они сами, а не внешние обстоятельства.

Социальная ответственность характеризует способность человека чувствовать свою ответственность за судьбу страны. Чем больше людей, обладающих социальной ответственностью, тем больше шансов на успешное развитие общества.

Сравнительные социологические исследования показывают, что в Украине, по сравнению с развитыми западными странами, значительно меньше процент людей, способных чувствовать свою ответственность за судьбу страны [8].

Всплески этого чувства в период социальной мобилизации являются ситуативными и эпизодическими, а не фундаментальной чертой социума.

К сожалению, и уровень уважения к законам в нашей стране низкий, для населения характерна низкая правовая культура и неразвитое правосознание.

Важной чертой успешных обществ является высокий уровень постматериальных ценностей у населения страны. К постматериальным ценно-

стям относятся свобода, демократия, самовыражение, участие в принятии важных решений. Значимость постматериальных ценностей для успешных обществ обосновал Р. Инглхарт [4].

Сравнительные социологические исследования показывают, что у населения Украины, по сравнению с развитыми западными странами, значительно ниже уровень постматериальных ценностей. На это указывал украинский социолог Е. Головаха [9].

Для социальной структуры общества успешными социальными группами, находящимися на противоположных сторонах социальной иерархии, являются меритократы и «лузеры».

Меритократы (от лат. *meritus* – достойный и греч. – власть, букв. власть, основанная на заслугах) – это люди, которые добились в чем-либо успеха и потому занимают привилегированное положение в обществе [6]. Общество, в котором у власти стоят меритократы, называется меритократическим. Именно таковым, по мнению многих социологов, является современное западное общество.

«Лузеры», неудачники – люди, которые не смогли добиться успеха и потому чувствуют себя ущербными или занимают низшие ступени социальной иерархии.

Иногда, субъективно, «лузерами» считают себя вполне благополучные по общепринятым меркам люди. Просто, на их взгляд, они не смогли реализовать себя в жизни, не добились существенных успехов. Бывает, что близкие люди считают человека «лазером», хотя он сам так не думает. Это происходит тогда, когда критерии успеха у человека и его окружения разные.

Объективно социальными лузерами являются безработные, бродяги, бездомные и иные социальные маргиналы. Их не следует путать с культурными маргиналами, которыми могут оказаться гении в искусстве или других сферах общества.

В обществе успеха обязательно будут социальные маргиналы, но их количество не может быть критическим. Если их слишком много, то общество не может считаться успешным.

Если человек невольно попал в группу социальных лузеров, то у него может быть две реакции: покорность судьбе или бунт. И то и другое может принести человеку и обществу вред. Поэтому существуют социальные технологии, которые направлены на нейтрализацию негативных последствий попадания человека в низший слой общества. Суть этих технологий – обеспечить социальное включение неудачников, помочь им преодолеть жизненные трудности.

Поскольку в обществе знания высокой ценностью обладает творчество, то и слой людей, для которых творческая деятельность является основной, приоритетной, получил название «слой креативных личностей» или коротко – креаклы. Чем больше людей относится к креаклам, тем большего успеха добивается общество, по сравнению с другими странами. Это

емпірически доказано в книзі Р. Флориди «Креативний клас: люди, які змінюють майбутнє» [3]. Порівняльні соціологічні дослідження показують, що в Україні, порівняно з розвинутими західними країнами, значно менше тих, кого називають креаклами.

Духовним фундаментом успішного суспільства є повага до своєї країни.

Висновки. Таким чином, по всіх соціокультурних ознаках і умовам успішного суспільства (високий рівень соціальної моралі, відповідальність за свою країну, прийняття відповідальності на себе, чисельність креативного класу, значущість постматеріальних цінностей) Україна поки відстає від розвинутих західних країн. Але знання цих ознак дозволяє розробити стратегію будівництва суспільства успіху, що визначає перспективи подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Вебер М. Протестантське суспільство і дух. URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000297/index.shtml> (дата звернення: 22.11.2017).
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Москва : Академия, 1999. 956 с.
3. Флорида Р. «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Классика-XXI, 2005. 430 с.
4. Постматериализм. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Постматериализм> (дата звернення: 22.11.2017).
5. Успіх. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Успіх> (дата звернення: 22.11.2017).
6. Меритократія. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Меритократія> (дата звернення: 22.11.2017).
7. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред. В. М. Ворона, М. О. Шульга. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2016. Вип. 3. 550 с.
8. Безрукова О. А. Відповідальність в сучасному світі: моральні та соціальні підстави соціологічної інтерпретації: монографія. Запоріжжя : ЗНТУ : Вид-во ХННРБЦ, 2012. 324 с.
9. «Русский мир» в вышиванке: социолог указал на важную угрозу для Украины. URL: apostrophe.ua/news/society/culture/2017-12-10/russkij-mir-v-vyshivanke-sociolog-ukazal-na-vazhnuyu-ugrozu-dlya-ukrainy/115366 (дата звернення: 22.11.2017).

Стаття надійшла до редакції 20.12.2017.

Катаєв С. Л. Концепт «суспільства успіху» в дискурсі соціології

Стаття присвячена аналізу концепту «суспільства успіху». Розглянуто різні критерії, умови успішності та шляхи досягнення успіху як суспільства загалом, так і тих людей, які прагнуть у своєму житті до успіху. Стверджується, що на шляху до суспільства успіху Україні необхідно подолати ряд викликів, які стосуються не тільки економічного, а й соціокультурного характеру.

Ключові слова: сучасне суспільство, суспільство успіху, успіх, креативний клас, соціальна мораль, постматеріальні цінності, Україна.

Kataev S. The Concept of the Society of Success in the Discourse of Sociology

The article is devoted to the analysis of the concept of a «success society». Various criteria, conditions for success and ways to achieve success for society as a whole, as well as for those people who strive for success in their lives are considered.

It is argued that on the way to the success society, Ukraine needs to overcome a number of challenges, not only economic, but also sociocultural.

One of the phenomena that has not yet been properly reflected in the nominations of modern society is «success». Criteria and conditions for a successful society are not only material, economic factors, but also socio-cultural factors.

The article identifies sociocultural problems and values that are associated with the notion of success, and provides justification for yet another nomination of modern society as a «success society».

The concept of success is rather vague, because people understand the success of different meanings, depending on the nature of their value orientations. In the understanding of success, the coordinates of the success score should be laid, that is, with respect to what such an assessment is given.

In the context of the success society, this phenomenon is problematized as a criterion of social stratification and, quality, which serves as a structure-forming feature. Thus, under the society of success is understood a society in which the dominant social positions belong to people who have achieved success. It is a society in which success, regardless of its cause or sphere of manifestation, is a value, a socially-favored quality, a goal that determines life programs. A close analogue of the society of success is a meritocratic society. This is a society in which power belongs to the most capable people, regardless of their social origin and financial prosperity.

Success is a criterion for comparative evaluation of different societies. In this case, we can talk about the concept of a successful society, such as that which has achieved higher indicators of welfare, quality of life for its citizens. But the signs and conditions of success are not only economic indicators, but also socio-cultural ones.

Success in the modern information society is achieved by people who have a high information culture, the ability to use a computer and various communication devices. This is a society in which actual, real power belongs to specialists, people with knowledge in relevant fields. In this society, personal self-realization is an important value. An important criterion for success is creative achievement, success in sports, technical innovation and in other areas.

Since creativity is of high value in the knowledge society, the layer of people for whom creative activity is the main, priority, has received the name «a layer of creative personalities» or shortly kreakly. The more people relate to kreaklam, the more successful society achieves in comparison with other countries.

It is asserted that for all the socio-cultural characteristics and conditions of a successful society: a high level of social morality, responsibility for one's own country, taking responsibility for itself, the number of the creative class, the importance of post-material values, Ukraine lags behind the developed Western countries. But the knowledge of these signs allows us to work out a strategy for building a society of success.

Key words: *modern society, society of success, success, creative class, social morality, postmortem values, Ukraine.*

УДК 316.356.2

К. В. НАСТОЯЩА

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ФАКТОРИ ТА ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу комунікативних практик соціальних мереж, факторам і векторам її трансформації. Визначено, що комунікативна практика – це, перш за все, соціетальна практика, практика, спрямована назовні, базовою функцією якої стає смислопродукування як означення, маркування, смислів. Аналізуючи мережеві комунікативні практики, автор доходить висновку, що для них характерні фрагментарність, знакозаміщення (смайлики), полістилістичність, симулятивність, декларативність, часто вони мають іміджевий або технічний характер.

Ключові слова: комунікативні практики, інтернет-простір, соціальні мережі, трансформація комунікативних практик.

Для сучасної соціології динамічність соціальності – одне з головних питань. Якраз наголос на тому, що соціальне є процесуальним, на цей момент набуває дедалі більшої «злободенності». У праці «Соціологія за межами суспільства» Дж. Урі говорить про те, що вивчення статичного суспільства зараз не є актуальним, натомість краще досліджувати його динамічні складові, такі як «мережі», «потoki», «рухи» [1]. Комунікативні практики в соціальних мережах – це те, що зараз тим більше нарощує обсяги рухів, трансформуючи комунікативний простір суспільства загалом. Адже комунікативні практики соціальних мереж самі по собі не просто впливають на особу агента, а демонструють можливості переструктуризації всього комунікативного простору, але перше ніж ми перейдемо безпосередньо до аналізу цього процесу й такого солідного висновку, з'ясуємо, що саме ми розумітимемо під поняттям комунікативних практик і яка їх специфіка в соціальних мережах.

Метою статті є аналіз специфіки комунікативних практик соціальних мереж, тенденцій і факторів їх трансформації.

З-поміж сучасних українських дослідників процесів в інтернет-просторі можна назвати О. Горошко, С. Коноплицького, А. Ташенко, Л. Хижняк, С. Шевченко, В. Щербину, С. Ягодзинського; з-поміж російських – А. Бондаренко, Д. Іванова, А. Лавренчука та ін. Власне комунікативним практикам присвячені праці сучасних українських учених: Б. Мотузенко, О. Личковської, Н. Коваліско, І. Чудовської та ін.

На основі аналізу праць апологетів теорії практики, як класиків (до цього списку включимо П. Бурдьє, В. Вахштайна, Ж. Делеза, Г. Гарфінкеля, К. Гірца, І. Гофмана, Е. Дюркгейма, Н. Еліаса, М. Мосса, А. Реквіца, М. Фуко, Г. Хайдегера, А. Шюца), так і сучасників (Б. Латура, В. Вахштайна, В. Волкова і О. Хакордіна, Д. Гінева та ін.), ми можемо виділити такі критерії практики, які визначають її як таку й вирізняють її від різноманітності дій

та рухів: перше – неусвідомлюваність, друге – автоматизм виконання, третє – повторюваність, четверте – культурозумовленість, п'яте – тілесність, шосте – рухливість, сьоме – індексичність, вимірюваність, восьме – правилузововленість, конвенційність.

Тут треба зауважити, що рівень практики – це макрорівень соціальності, а він потребує того, щоб, крім генералізованих значень, сенсів, таких, наприклад, як габітус П. Бурдьє [2], враховували також емоціональні стани й ментальні схеми, які є ситуативними. Хоча, як тільки озвучується подібна належність, моментально постає питання співвідношення мікро- (що є «практиками») і макро- (що є «структурою») компонентів. Зазвичай структуру визначають як «сильніший» концепт, оскільки нею детермінуються практики. Але разом з тим, за словами Т. Берарда, все насправді не так просто – доречним буде обережне поєднання мікротеоретичних думок у сфері етнометодології П. Бурдьє і макротеоретичних роздумів Е. Гіденса [3], заглиблення в яке хоч і не є предметом нашого аналізу, але до якого ми ще будемо повертатися.

Отже, практика – це неусвідомлювана, автоматична дія, яка має заданий, жорстко повторюваний культурно зумовлений алгоритм виконання й утилітарну, прагматичну мету. Говорячи про мету як про набір функцій, ми, звісно, не можемо не згадати останні, які в сукупності можна звести до енергозберігавальної, конвенційної (вона ж структуровідтворювальна) та смисловідтворювальної (що зумовлено культурною детермінованістю, адже кожна практика – це обов'язково культурна форма) функцій. Це коротко про саму практику. Але що таке практика комунікативна?

Якщо звернутися до англійської мови, у ній є такий термін, як «communication», що латинською звучить як *communicatio* і якій є похідним від слова *communis* (буквально означає «спілкуюся, зв'язую, узагальнюю»). Тоді виходить, що українською це слово означає передачу один одному (у групі з двох чи більше осіб) ідей, інформації, поглядів у пов'язаній тим чи іншим контекстом цілеспрямованій формі. Зазвичай його вживають для позначення взаємодії, спілкування між людьми.

Комунікацією називають діяльність за участю однієї чи більше сторін, у якої є певна мета (можливо, навіть неусвідомлювана), і при якій за допомогою різноманітних способів отримують та відправляють ті чи інші повідомлення; вони існують у певному контексті, передбачають наявність зворотного зв'язку, деяким чином впливають на отримувача, можуть «викривлятися» через шум. Повідомлення в усіх без винятку випадках комунікації поділяються на три рівні: 1) ролі (відносини між людьми, які ними обмінюються); 2) емоції; 3) інформаційне навантаження [4, с. 167].

Комунікацію, крім особливостей елементів, які її формують, оцінюють також за допомогою різновидів, галузей. Так, вона може бути масовою, міжкультурною, груповою, внутрішньоособистісною, суспільною, організаційною, міжособистісною.

Також комунікація завжди є дією. Наприклад, алгоритм «комунікативної дії» Ю. Хабермаса – це проект інтерсуб'єктивності, за допомогою якого моральна свідомість, що є виміром людини, буде інтегрована як у загальний суспільний прогрес, так і в окремі суспільні інституції [5]. Комунікація – дія, і якщо ця дія є унікальна, неповторювана й специфічна, то вона так і залишається одноразовою, випадковою, ситуативною дією. А якщо дія повторюється, дублюється, тиражується, автоматизується, вона стає практикою.

Отже, якщо визначати спрощено, то комунікативна практика – це практика взаємодії, практика декларування й обміну інформацією. Таким чином, комунікативна практика – це, перш за все, соціетальна практика, практика, спрямована назовні, на соціальний простір, на іншого, практика, базовою функцією якої стає смислопродукування як означення, маркування, декларування тих чи інших смислів. Тут треба зробити відступ і зазначити, що кожна практика апріорно закодована в смисл, бо є культурно детермінованою, але практика комунікативна цей смисл активно позиціонує, декларує, передає. У цьому сенсі комунікативна практика завжди орієнтована на взаємодію, відповідь. Найпримітивнішим прикладом комунікативної практики є різноманітні форми ввічливості, такі як привітання, прощання тощо. Але комунікативні практики такими формами не обмежуються, вони маркують значно ширше коло взаємодії, але й у цьому випадку їх треба диференціювати від норми, правила, ритуалу, обряду, окремої, випадкової дії й загальної комунікативної діяльності.

Якщо повертатися до практик і враховувати взяті за основу базові твердження, то потрібно зауважити, що динаміка різновекторних соціальних змін є незворотною, а отже, одні практики зникають, інші змінюються, треті з'являються, четверті привносяться ззовні й також змінюються, трансформуються. Подібний акцент фокусу досліджень характерний для сучасної соціології, оскільки в «плинності», яка зазанає частих і докорінних трансформацій сучасності, повсякденність посідає особливе місце. А значить, і практики, як невід'ємна частина повсякденності, перебувають у центрі уваги. По-перше, вони, незважаючи на їх збереження в структурах рутинності й традиційності, набувають властивостей «плинності», тобто починають досить швидко (порівняно з колишніми типами суспільства) змінюватися, вбираючи в себе новітні інформаційні технології [6, с. 311] і глобальні інкультурації. По-друге, сам концепт повсякденної практики має певну «гнучкість», надаючи змогу об'єднувати глобальне і локальне, «структуру» і «життєвий світ», плинність і стабільність [6]. Так, комунікативна повсякденна мережева практика стає об'єктом – маркером латентних змін, глобальних тенденцій і трансформацій. Відповідаючи на питання, чому так відбувається, звернемося до визначення мережевої комунікативної практики.

Почнемо з відмінностей комунікації в Інтернеті від звичайної комунікації. Тут важливо зазначити, що віртуальна реальність сама по собі є

специфічною. Так, як універсальні властивості віртуальної реальності Д. Іванов пропонує виділити три характеристики:

- нематеріальність впливу (зображуване створює ефекти, характерні для речового);
- умовність параметрів (об'єкти штучні й змінювані);
- ефемерність (свобода входу/виходу забезпечує можливість переривання й відновлення існування) [7].

І тут важливо звернути увагу на те, що практично всі дослідники у зв'язку з розширенням Інтернету відзначають фактор утворення нових форм комунікативної поведінки в кібекультурі, де панують горизонтальні зв'язки та відсутні територіальні, ієрархічні й часові межі. Проте різновиди спілкування в мережі, крім комунікаційної спрямованості (полі-, діа-, монологічні) й інтерактивності (офлайн, онлайн), відрізняються один від одного ще за рівнем відвертості (приватні, публічні). Також електронний простір дає користувачу бажаність контактів, стовідсоткову добровільність – він має змогу перестати спілкуватись коли завгодно, що не притаманно «справжньому» позамережевому спілкуванню; можна розмовляти одночасно з багатьма іншими користувачами, скільки завгодно вибирати серед величезного числа потенційних співрозмовників; завдяки контактуванню різних культурних верств непомітно стираються культурні межі [4, с. 20].

Визначний експерт з медіа-екології, який досліджував вплив онлайн-спілкування на особистість, особливості її моральної, етичної поведінки, – Н. Постман зазначав, що інформація, яка знецінюється через поширення електронної комунікації, погано впливає на загальноприйняті цінності. Спілкуватися, знаходити необхідні дані стало набагато простіше, чим людство повинно завдячувати Інтернету; ми весь час користуємося мультимедійними технологіями, хоча Інтернет призводить до гіперіндивідуалізації [10].

Ідеться про те, що тотальний світовий процес глобалізації сформував зі світового культурного простору єдину смислову надбудову – глобальну ойкумену (У. Ганнерс). Так, різні культури, різні суспільства отримали єдину, всім зрозумілу мову спілкування, єдиний культурний дискурс – соціальні мережі, в яких формується нова ідентичність – глобоіндивідуалізація.

Те, що при сучасній глобалізації «синхронно» стають сильнішими полярні соціально-культурні напрями, імовірно, пояснюється окріплогою свободою особистого вибору, наслідком чого стає все більша непередбачуваність, варіативність, хаотичність, детермінованість переваг угруповань і особистостей, пов'язаних із поведінкою, мотивацією, цінностями. Відносини між людьми стають усе більш тимчасовими, фрагментарними. Але не тільки це є характерним для комунікацій у соціальних мережах.

Оскільки зв'язки між особами різних цивілізацій, національностей, культур стають усе більш інтенсивними й широкими, вони, з одного боку, набувають функціональності, з другого – знеособлюються. Наявність соці-

альних мереж дає можливість постійно контактувати з усіма куточками Землі, далекими спільнотами, культурами, громадянами будь-якої країни. Безперечно, завдяки цьому стає можливим формування груп, які поєднують усепланетарні, масштабні завдання, яким не можуть стати на заваді бар'єри, пов'язані з культурними, етнічними, національними відмінностями. Проте ми спостерігаємо процес, за якого функціональні інформаційні контакти нерідко супроводжуються психологічним відстороненням з боку всіх сторін, виміщаючи звичні групові контакти, які відзначалися обопільним співчуттям, сильнішою або слабшою солідарністю.

Загалом, якщо говорити про притаманні інформаційному суспільству сучасні комунікативні практики, то вони, на думку Сегодєєвої, усе більше набувають нових рис, пов'язаних з віртуалізацією соціального життя. Соціокультурна віртуалізація, як будь-який глобальний процес, різноманітна у своїх проявах і неоднозначна в оцінках. Однак, не фокусуючи уваги на її аксіологічних аспектах, можна, на думку дослідниці, відзначити такі зміни комунікативних практик: «розширення можливостей соціалізації, ускладнення механізмів конструювання ідентичності, розширення простору моделювання суб'єктивності в різних сферах професійної й соціокультурної діяльності» [6]. І в цьому сенсі не можна не погодитись з дослідницею в тому, що все це «істотно розширює культурний топос повсякденності, породжує нові сутнісні центри, змінює спосіб мислення та структуру ціннісних пріоритетів» [6].

Так, крім першого нашого базового твердження про те, що в соціальній реальності, у повсякденності, як власне і в історичному часі, якщо розглядати онтологію в оптиці фіксації змін і рухів, трансформації відбуваються постійно, ми додамо позицію про тотальну віртуальну глобалізацію, яка зв'язує в один вузол полістилістичну культури ойкумени. І цим вузлом, вузлами постають у нашій уяві саме соціальні мережі, у просторі яких і функціонують нові комунікативні практики, вибудовуючи нову реальність.

Ще один аспект питання: комунікативні практики соціальних мереж зазнають змін також через те, що змінюється саме суспільство, тобто вони трансформуються завдяки зовнішньому впливу. Подібними «перетвореннями» людства цікавився Ж. Бодрійяр; саме він висунув нову концепцію «споживацтва» століття інформаційних технологій з рисами, якими наділене суспільство споживання (хоча першими, хто концептуально сформував «споживацьку» проблему, були вчені франкфуртської школи). Ішлося про такі особливості:

- зменшення робочого дня (відповідно, збільшення вільного часу);
- зростання статків громадян (більша кількість «вільних» грошей, за які можна поїхати у відпустку, відпочити у вихідні чи післяробочий час, купити ту чи іншу потрібну річ);
- майже все навколо передвоюється на товар, який можна продати;

- особа демонструє стиль життя, образ за допомогою споживчої практики;
- в основі ідентифікації людини лежить не робота, а те, як вона проводить вільний час, що купує;
- спосіб життя, особливості споживання – прикмети, за якими можна визначити соціальну позицію особи;
- споживацькі зразки виступають як основи соціальної нерівності;
- становище споживачів вигідніше за становище виробників, вони є авторитетнішими [12].

Так, особа зі споживацькою психологією, що має у своєму розпорядженні велику кількість вільного часу, намагається максимально розширити сферу своїх інтересів. Причому переважна їх кількість – «занадто» віртуальна, і майже не перетинається з реальністю, а тому перетворюється на нову її форму. На основі цього й виникає такий термін, як симулякр, запропонований Ж. Бодрійяром як визначення віртуального. У праці вченого «Символічний обмін і смерть» подано визначення симулякра, а також симуляції [12]. За словам вченого, принцип реальності, що панував раніше, змінився принципом симуляції, який керує сучасними людьми; більше немає цільових установок, нас створюють моделі; ідеології зникли, лишилися тільки симулякри. Для дослідника важливо віднайти принцип, що керує становленням симулятивного. Цей принцип, як він вважає, – невпинне тиражування, створення копій, і за ним все-таки ховається структуралістський «виворіт» реальності, що є недостатньою чи надмірною, логіка обміну або дарування тощо.

У контексті нашого розгляду вартий уваги підхід французького вченого, якому за допомогою терміна «гіперреальність» вдалося продемонструвати: знакова репрезентація об'єкта, його майстерне, правильне технічне відтворення формують ще один об'єкт, який є симулякром, – і він реальніший за справжнє реальне. Тому Ж. Бодрійяр застерігає від поглинення віртуальним справжнього, що базується на регулярному гіпервиробництві, збільшенні швидкості обігу знаків, комунікацій, які стають ще більш інтенсивними [12].

Інші дослідники вважають, що ми вже знаходимося по той бік *tu-self*, що є останньою лінією захисту особистості, Самість руйнується, особа цілком відмежовується від себе. За Р. Сеннетом [13], руйнування цілісного Я, після якого уже неможливо все повернути назад, – шлях до особи, яка губиться в численних імперсональних відносинах, зв'язках, до виконавця ролі, що не ототожнює себе із собою, називається «корозією характеру». Розглядаючи питання «падіння публічної особи» [13], Р. Сеннет «виводить» звичайну постмодерністську максиму про кочівника, «іронічну особу», а також номадизм, що є небуденним засобом існування особистості в сучасних умовах. На його думку, сучасна соціальність передбачає невірні уявлення про суспільне й інтимне, втрату чітких кордонів між особистим і публічним, а це є ознаками важкої соціальної хвороби.

Втрата принципів, особливостей, що дають змогу ідентифікувати особистість, призводить до особистісної трансформації, яка є наслідком спілкування через електронні засоби. Видозмінюються комунікативні стратегії, засоби мови, причиною чого стають регулярні контакти з багатьма користувачами, простота обміну даними через поштові сервіси, бажання охопити великий обсяг інформації, присутньої в Інтернеті. Спілкування стало простішим, мова змінилась не на краще, оскільки при написанні постів і повідомлень часто упускаються розділові знаки, великі літери, для швидкості і простоти використовуються скорочення. Мовні засоби не «збігаються» із жанром, стилем повідомлень, не дотримуються норми етикету, спілкування відбувається без поваги до співбесідників; грамотність втрачається, тому що граматику, правопис перевіряють програми [13].

Використовуючи можливості, що їх надає Інтернет, особистість переміщається в досі невідомі виміри, оголошуючи про те, що її ідентичність змінилась, і що вона, користуючись інформаційними технологіями, може компенсувати малу кількість якісних вербальних даних даними візуальними, які були отримані за допомогою мультимедійних засобів. Крім того, оскільки особа отримує можливість інтерактивно співпрацювати з інформаційним джерелом, виникають проблеми з озвучуванням власних думок, сприйняттям слів інших.

Збільшення кількості контактів між різними культурами, яке пояснюється тим, що в Інтернеті не окреслюються території, стираються культурні межі, змінює комунікативні практики, породжуючи симулятивні їх форми.

Наслідками пошуків необхідних даних, онлайн-спілкувань може ставати засмічення Інтернету мовами, якими користуються лише на одному ресурсі, шкідливими програмними кодами, жаргонами тощо.

Практики імпровізації життєтворення, як підвид соціетальних практик у віртуальному просторі, зараз набувають усе більшої популярності. Оскільки мережа Інтернет надає змогу перетворитися на будь-кого, вигадавши для себе псевдонім, становище в суспільстві, хобі, стать, вік, образ, молодь формує велику кількість «мережевих» індивідуальностей. У соціальних мережах можна проживати одразу два чи більше життів, вигадавши декілька героїв з унікальними біографіями, у яких будуть різні підписники, друзі. Це досить приваблива й зовсім нескладна в реалізації можливість набуття досвіду у творенні свого життя шляхом виконання невідомих досі ролей, імовірно, неможливих у реальності. Особи, що стоять за несправжніми персонажами, отримують задоволення від визнання, викладаючи на своїх сторінках світлина, музичні треки, поезію, пісні – свої або чужі. Їх радують коментарі, перепости, лайки, численні «друзі», хоча комунікабельність цих людей у «реальності» не надто висока. І хоча все нова діяльність у комунікативній, нормативно-регулятивній, ціннісно-смісловій галузях особистості за своєю суттю є авантюрою, для творців онлайн-героїв

вона не становить небезпеки, це не приносить їм дискомфорту. Вони вважають, що подібна цікава практика майже нічим їм не загрожує.

Висновки. Отже, підсумовуючи короткий аналіз мережевих комунікативних практик, варто визначити їх спільні особливості. Так, назагал вони характеризуються фрагментарністю, знакозаміщенням (смайлики), полістилістичністю, симулятивністю, декларативністю, мають іміджевий або технічний характер, орієнтовані на трансідентичність (глобоіндивідуалізація). Мережеві комунікативні практики є маркерами соціально-психологічних змін особистості, меланж-ефекту реальних і віртуальних ролей та статусів, гібридизації ідентичностей. На трансформацію комунікативних практик у соціальних мережах впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Як динаміка трансформації самих мереж і диспозиції агентів комунікативного простору соціальних мереж, так і глобальні зміни соціальності суспільства, модуляції й тенденції розвитку загального комунікативного поля цивілізації, – процеси віртуалізації.

Перспективи подальших розробок полягають у вивченні подальших тенденцій трансформацій комунікативних практик соціальних мереж, виїх специфіки в міжособистісних і міжгрупових інтеракціях, евристичного потенціалу макерів віртуалізованих стилів життя й комунікативних патернів поведінки, поширених у соціальних мережах.

Список використаної літератури

1. Urry John Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century. London and New York : Routledge, 2000. 255 p
2. Бурдые П. Практический смысл / пер. с фр. А. Т. Бикбова, К. Д. Вознесенской, С. Н. Зенкина, Н. А. Шматко ; общ. ред. и послесл. Н. А. Шматко. Санкт-Петербург : Алетей, 2008.
3. Berard T. J. On multiple identities and educational contexts: remarks on the study of in equalities and discrimination. *Journal of Language, Identity, and Education*. 2005. № 4 (1). P. 67–76.
4. Коноплицкий С. М. Проблема виртуализации в социальной структуре современного общества. *Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства* : наук. доповіді і повідомлення II Всеукр. соціол. конф. / Соціологічна асоціація України, Ін-т соціології НАН України ; М. О. Шульга (наук. ред.) та ін. Київ, 2002. С. 163–166.
5. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность. Москва : Логос, 1995. 252 с.
6. Сегодеева Е. А., Мищенко Е. Ю. Социокультурная реальность общества потребления. *Вестник Адыгейского государственного университета. Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология*. 2015. Вып. 3 (163). С. 38–42.
7. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2000. 96 с.
8. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества. *Актуальные проблемы теории коммуникации* : сб. науч. тр. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 34–52.
9. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление. *Вопросы философии*. 2008. № 7. С. 61–75.
10. Postman N. The Disappearance of Childhood. New York : Vintage Books, a division of Random House, Inc., 1994.
11. Бодрийяр Ж.-П. Символический обмен и смерть. Москва : Добросвет, 2000. 387 с.

12. Сеннет Р. Падение публичного человека. Москва : Логос, 2002. 424 с.

13. Шейгал Е. И. Компьютерный жаргон как лингвокультурный феномен. *Языковая личность: культурные концепты* : сб. науч. тр. Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. С. 204–211.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Настоящая К. В. Коммуникативные практики социальных сетей: факторы и векторы трансформации

Статья посвящена анализу коммуникативных практик социальных сетей, факторам и векторам ее трансформации. Определено, что коммуникативная практика – это, прежде всего, социетальная практика, практика, направленная во вне, базовой функцией которой становится смыслопродуктивное как определение, маркировка смыслов. Анализируя сетевые коммуникативные практики, автор приходит к выводу, что они характеризуются фрагментарностью, знакозамещением (смайлики), полистилистичностью, симулятивностью, декларативностью, часто носят имиджевый или технический характер.

Ключевые слова: коммуникативные практики, интернет-пространство, социальные сети, трансформация коммуникативных практик.

Nastoiashcha K. Transformation of Communicative Practices of Social Networks: Factors and Vectors

Communicative practices of social networks, in themselves, not only affect the identity of the agent, but also demonstrate the possibilities of restructuring the entire communicative space. It should be noted here that the level of practice is the macro level of sociality, and it requires that, in addition to generalized meanings, senses, such as habitus P. Bourdieu, emotional states and mental schemes that are situational are also taken into account. So, if defined simplified, then communicative practice is the practice of interaction, the practice of declaring and exchanging information. Thus communicative practice is first of all societal practice; the practice is directed to the outside, on social space, on the other. Practice with the basic function of which becomes the production of semantic determinations, as definitions, marking, and declarations of certain meanings. And here it is important to draw attention to the fact that virtually all researchers in connection with the emergence of social network noted the formation of new forms of communicative practices in kibeculture, where the horizontal ties dominate and there are no territorial, hierarchical and time boundaries. However, the varieties of communication in the network, apart from the communication orientation (poly-, dia-, monologic) and interactivity (offline, online), differ from each other even in the level of openness (private, public). Also, electronic space gives the user the desirability of contacts, one hundred percent voluntary – he is able to stop talking whenever not necessary for «real» offline communication; you can speak simultaneously with many other users, as much as you want to choose among a huge number of potential interlocutors; Due to the contact of different cultural backgrounds, the cultural boundaries are clearly blurred. Summarizing a brief analysis of network communication practices, it is necessary to determine their common features. So, in general, they are characterized by fragmentation, familiarity (smileys), polystylism, simulations, declarative, are image-like, or technical, oriented to trans identity (global individualization). Network communication practices are markers of socio-psychological personality changes, melange-effect of real and virtual roles and statuses, hybridization of identities. The transformation of communicative practices in social networks is influenced both by external and internal factors. As the dynamics of the transformation of the networks themselves and the disposition of agents of the communicative space of social networks, as well as global changes in the social community, modulation and trends of the development of the general communicative field of civilization, virtualization processes, etc.

Key words: communicative practices, internet-space, social networks, transformation of communicative practices.

УДК 316.74:37:004(045)

Н. О. ПОЛОВАЯ

**КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ОСВІТИ
В ТЕХНІЧНОМУ ВНЗ
(НА ПРИКЛАДАХ НАЦІОНАЛЬНОГО АВІАЦІЙНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ТА ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ)**

Статтю присвячено результатам емпіричного дослідження ключових напрямів інформатизації освіти в технічному ВНЗ (на прикладах Національного авіаційного університету та Державного університету телекомунікацій). У результаті проведеного дослідження зроблено висновок, що у відповідях респондентів простежується констатація доволі низького рівня технічного забезпечення ВНЗ засобами електронного навчання. Найвищі позиції за забезпеченістю посідають доступ до Wi-Fi, комп'ютерні класи з підключенням до Інтернету, доступ до електронних ресурсів бібліотеки та внутрішньої електронної пошти. Констатоване явище знаходить своє пояснення в тому, що технічні вищі створювалися з урахуванням задоволення потреб економіки індустріального типу, технології якої є неадекватними щодо потреб розвитку фахівців в умовах інформаційної цивілізації. Зазначена обставина може бути пов'язаною вже не стільки з електронними засобами навчання, скільки з низьким рівнем інформаційно-електронної культури певної частини респондентів.

Відзначено чинники інформаційно-електронної культури педагогічної спільноти, яка є зорієнтованою на традиційні носії інформації, а також особливості застарілої дидактики у ВНЗ. Остання передбачає, поруч із новітніми інформаційними технологіями послуговування в навчальному процесі застарілими способами реплікації знань та навчального контролю.

Ключові слова: інформатизація вищої освіти, електронне навчання.

Національний авіаційний університет як один із найбільших технічних вишів України демонструє розбіжності двох трендів: зростання популярності серед студентства й часткової незадоволеності останнього використовуваними в навчальному процесі технологіями.

Ці технології є зорієнтованими на традиційну модель освіти, яка значною мірою не відповідає сучасним запитам на формування високоадаптивної професійної культури та гнучкого мислення, необхідного для будь-яких видів діяльності в умовах інформаційної економіки. Ці складники професійного габітусу фахівців як технічно-природничого, так і соціо-гуманітарного профілю можуть бути сформованими за умови застосування в навчальному процесі вишів технологій електронного навчання як сучасних інструментів формування інтелектуальних компетенцій, затребуваних на національному та міжнародному ринках праці.

Проблема емпіричного дослідження полягає в наявній суперечності між необхідністю впровадження технологій електронного навчання в навчальний процес та наявним станом забезпеченості цієї освіти відповідними засобами в НАУ.

Мета статті – з'ясувати емпіричні особливості впровадження технологій електронного навчання в технічному виші.

Робочими гіпотезами дослідження стали такі положення:

1) серед студентської та педагогічної спільноти більшість респондентів пов'язують значущість технологій електронного навчання та інформатизованої освіти з можливостями транскордонної мобільності, індивідуалізованості контролю знань і зниження економічної витратності;

2) міжгенераційні розбіжності щодо рівня доцільності використання технологій електронного навчання для здобуття освіти на різних освітньо-кваліфікаційних рівнях є зумовленими домінуванням зорієнтованості на традиційну та електронну моделі освіти;

3) як потенційно найвища ефективність навчання з використанням технологій електронного навчання може бути оціненою респондентами в соціогуманітарному та технічному сегментах;

4) наявний зв'язок між інтелектуально-освітньою та фізичною проблемністю особи у сфері обмеження її мобільності з актуальністю використання нею технологій електронного навчання;

5) рівень готовності до застосування технологій електронного навчання в навчальному закладі технічного профілю більшою мірою залежить від інформаційної культури професорсько-викладацького складу, ніж від аналогічного складника студентської частини вибірки.

Завдання емпіричного дослідження: 1) визначити рівень актуальності впровадження електронних технологій у навчальний процес ВНЗ, рівень їх значущості та типові проблеми щодо впровадження; 2) з'ясувати доцільність використання електронного навчання для здобуття освіти на різних освітньо-кваліфікаційних рівнях; 3) охарактеризувати конкретні сегменти вищої освіти, у яких ефективність застосування електронної освіти була б найбільшою; 4) спрогнозувати попит на електронну вищу освіту та її потенційну цільову аудиторію; 5) визначити особливості реалізації електронного навчання в навчальному закладі технічного профілю.

Змістовний аналіз цих завдань та їх інтерпретація дають можливість виявити їх складові, які виступають як показники опитування.

Теоретичне визначення та емпіричну інтерпретацію основних понять дослідження презентовано в табл. 1.

Емпіричну базу дослідження становлять результати проведених соціологічних досліджень, а саме: анкетне опитування студентів (віком від 18 до 24 років) ($n = 400$: стратифікована вибірка; контрольовані ознаки: «стать», «вік»; похибка $\pm 2,1\%$, надійна ймовірність – $95,45\%$) та викладачів 2 вищих навчальних закладів м. Києва ($n = 200$: стратифікована вибірка; контрольовані ознаки: «стать», «вік»; похибка $\pm 2,2\%$, надійна ймовірність – $96,55\%$).

Як методи дослідження обрано різні види опитувального методу, зокрема: анкетування та вторинний аналіз результатів емпіричних соціологічних досліджень.

Таблиця 1

**Теоретична та емпірична інтерпретація ключових понять
емпіричного дослідження**

Поняття	Теоретичне визначення	Емпіричне визначення
Актуальність упровадження технологій електронного навчання	Важливість, значущість технологій електронного навчання в наш час у зв'язку із соціальними потребами як системи освіти, так і ринку праці	Доцільність запровадження електронної освіти порівняно з іншими різновидами освіти (традиційною, дистанційною, змішаною)
Доцільність використання технологій електронного навчання	Відповідність технологій електронного навчання досягненню цілей, які ставлять перед собою суб'єкти сучасної освіти та ринку праці	Доцільність використання електронного навчання для здобуття I-IV ступенів освіти, курсів з підвищення кваліфікації, мовних курсів
Ефективність застосування технологій електронного навчання	Співвідношення між застосуванням технологій електронного навчання та результатами навчальної діяльності в конкретному напрямі (сегменті) освіти	Напрями освіти, у межах яких найбільш ефективно застосовувати технології електронного навчання
Цільові аудиторії технологій електронної вищої освіти та електронного навчання	Сегменти споживачів освітнього простору та ринку праці, які є зацікавленими в опануванні технологій електронної вищої освіти та електронного навчання	Соціальні контингенти, представники яких можуть скласти цільову аудиторію електронної вищої освіти та електронного навчання в Україні
Інформаційна культура	Рівень адаптованості/узвичаєності тих чи інших соціальних груп (верств, прошарків тощо) щодо технологій електронного навчання	Частотність використання суб'єктами вищої освіти технологій електронної вищої освіти та електронного навчання

Таблиця 2

Обґрунтування проекту вибірки

Стать	Вікова група			Всього
	18–20 років	21–22 років	23–24 років	
Чоловіки	20 %	29 %	10 %	59 %
Жінки	18 %	15 %	8 %	41 %

Перший блок анкетних питань стосувався рівня актуальності запровадження електронних технологій у навчальний процес ВНЗ, рівня їх значущості та типових проблем запровадження. Як стає очевидним, респонденти віддають переваги змішаним, дистанційній та електронній моделям навчання, що відповідають вищому типу мобільності в інформаційному суспільстві та появі особливого різновиду мобільності – кібермобільності.

Кібермобільність характеризує той тип активності соціальних груп, який відбувається в слабкому зв'язку з фізичним простором виробничої та

іншої діяльності. Цим самим підтверджується перша гіпотеза дослідження, згідно з якою серед студентської та педагогічної спільноти більшість респондентів пов'язують значущість інформатизованої освіти з можливостями транскордонної мобільності, індивідуалізованості контролю знань та зниження економічної витратності (порівняно з традиційною освітою).

Другий блок анкетних запитань стосувався доцільності використання електронного навчання для здобуття освіти на різних освітньо-кваліфікаційних рівнях. Загалом розбіжності щодо доцільності впровадження між студентами та викладачами є неістотними.

Від 63,4 до 73,7 % респондентів вважають упровадження електронної освіти доцільним, при цьому спостерігається зростання відсотка респондентів, які вважають упровадження електронної освіти найдоцільнішим при переході від бакалаврату до магістратури та PhD. Водночас стало зростає й сегмент респондентів, які вважають упровадження електронної освіти найменш доцільним від (10,9 до 22,9 %). Ця особливість підтверджує гіпотезу щодо наявності міжгенераційних особливостей у ставленні до електронної освіти. Для представників молодого покоління саме використання електронних технологій уже є даністю їх буденного мікрорівневого життя, що частково може дезактуалізувати їх використання на макрорівні. До того ж, респонденти студентської частини вибірки є краще адаптованими до використання різноманітних мобільних електронних пристроїв (планшети, андроїди, ноутбуки тощо).

Для респондентів старшої підгрупи вибірки, які в часовому аспекті є наближенішими до PhD та докторантури, вільне використання пристроїв, які технічно необхідні для використання електронних технологій, частіше стає утрудненим як через вікові особливості, так і певний габітус, зорієнтований на традиційну освіту з переважанням фізичних носіїв інформації над електронними. Саме цим можна пояснити розбіжності від 4 до 7 % у виборі респондентами варіантів відповідей щодо високої та найвищої доцільності впровадження електронних технологій.

Третій блок анкетних запитань стосувався визначення респондентами найбільшої ефективності застосування електронного навчання в конкретних сегментах вищої освіти. Оцінювання кількісних показників відповідей надало змогу підтвердити гіпотезу щодо найвищої ефективності навчання в соціогуманітарному та технічному сегментах (27,0 та 17,5 % відповідно). Порівнюваним із цими сегментами стає лише ІТ-блок вищої освіти, що не є дивним у контексті його профільності для електронних технологій. Водночас наближеність оцінки потенційної ефективності впровадження електронних технологій соціогуманітарного сегмента (27,0 та 27,5 % відповідно) до ІТ-фахівців може вказувати на найнижчі показники впровадження електронних технологій як для фахівців технічного, так і соціогуманітарного профілю.

Незважаючи на відмінності профілей, констатовано фактичну відсталість у просуванні новітніх технологій навчання безвідносно до змісту

та профілю освіти. Наслідки для фахівців технічного профілю, проте, є згубнішими порівняно з фахівцями соціогуманітарного профілю. Адже фахівці технічного профілю потребують відповідних практикумів із використанням електронних технологій вищою мірою, ніж соціогуманітарні фахівці. Останнє може мати системні наслідки для ринку праці в аспекті зниження рівня кваліфікованості технічних фахівців та руйнації відповідних галузей виробництва, включаючи машинобудування, авіабудування тощо.

Четвертий блок анкетних запитань стосувався прогностики попиту на електронну вищу освіту та її потенційну цільову аудиторію. Оцінювання відповідей дало можливість верифікувати гіпотезу емпіричного дослідження щодо зв'язку інтелектуально-освітньої та фізичної проблемності особи у сфері обмеження її мобільності з актуальністю використання електронної вищої освіти тими чи іншими соціальними контингентами.

Серед лідерів цільової аудиторії електронної вищої освіти, на думку респондентів, перебувають мобільні студенти та діти військових (20,3 %), особи, які мають фізичні, фізіологічні або емоційні проблеми (15,0 %), особи, які географічно ізольовані щодо потрібних їм освітніх ресурсів (14,3 %), найбільш здібні студенти, які хочуть пройти освітню програму в стислі терміни (12,4 %). Ці контингенти є проблемними або в аспекті неординарності власних інтелектуальних здібностей і рівня розвитку, або ж з тих чи інших обставин, пов'язаних із фізичною мобільністю/гіпермобільністю чи соціальною дезадаптованістю (інваліди, особи похилого віку з обмеженим руховим режимом активності тощо).

П'ятий блок анкетних запитань стосувався особливостей реалізації електронного навчання в навчальних закладах технічного профілю, якими і є Національний авіаційний університет та Державний університет телекомунікацій.

Висновки. Відповіді респондентів дають підстави констатувати доволі низький рівень технічного забезпечення ВНЗ засобами електронного навчання. Найвищі позиції за забезпеченістю посідають доступ до Wi-Fi, комп'ютерні класи з підключенням до Інтернету, доступ до електронних ресурсів бібліотеки та внутрішньої електронної пошти (24,2, 15,8, 15,0 та 10,0 % відповідно).

Констатоване явище знаходить своє пояснення в тому, що НАУ і ДУТ створювалися з урахуванням задоволення потреб економіки індустріального типу, технології якої є неадекватними щодо потреб розвитку фахівців в умовах інформаційної цивілізації. Разом із цим, лише 20,4 % респондентів вказують на найвищий та високий рівень доступності відкритого доступу до навчальних матеріалів в Інтернеті. Ця частка приблизно дорівнює частці тих, хто вказує на повну відсутність означених матеріалів у відкритому доступі (28,5 %). Зазначена обставина може бути пов'язаною вже не стільки з електронними засобами навчання, скільки з низьким рівнем інформаційно-електронної культури певної частини респондентів.

До того ж, ідеться про чинники інформаційно-електронної культури педагогічної спільноти, яка є зорієнтованою на традиційні носії інформації, а також особливості застарілої дидактики у ВНЗ. Остання передбачає, поруч із новітніми інформаційними технологіями використання в навчальному процесі застарілих способів реплікації знань та навчального контролю.

Ідеться, зокрема, про традиційне конспектування лекцій (у вигляді занотовування), складання письмових рефератів від руки, використання традиційних модульних контрольних робіт із розгорнутими відповідями, які даються в рукописному варіанті тощо. Послугування з боку викладачів подібними технологіями, з одного боку, демотивує студентів звертатися до мобільних електронних способів реплікації знань, з іншого – налаштовує на традиційні (репродуктивно-рецептивні) способи засвоєння знань, умінь та навичок, несумісні з інтелектуальною мобільністю.

Аналогічно можна пояснити високий відсоток незадоволеності рівнем доступності навчальних програм в Інтернеті. Так, 48,9 % опитаних є радше незадоволеними, ніж задоволеними, доступністю навчальних програм, що можна пояснити не лише нерозміщенням їх у відкритому доступі на сайті університету, але й незадовільною розсилкою з боку викладачів.

Окреслена проблема технічно могла б бути розв'язана за допомогою електронної пошти, проте, за умови задоволеності незначної кількості опитаних (6 %) незначний відсоток викладачів використовує пряму розсилку навчально-методичних матеріалів студентським академічним групам. Лише 4,8 % респондентів підтверджують наявність фактичної можливості онлайн спілкування з викладачем. Арифметична більшість респондентів (83,7 %) відзначає фактичну неможливість або ж рідку можливість такого спілкування, що може бути пов'язано як із низькою інформаційно-електронною культурою викладачів, так і студентів.

Дані говорять про активне використання респондентами електронної пошти (82,6 %), проте, респонденти, вочевидь, не мають на увазі навчально-методичні матеріали, включаючи матеріали навчальних курсів (навчальні програми, робочі навчальні програми, навчальні посібники тощо).

Зіставлення даних дає підстави стверджувати, що рівень використання в навчальному процесі веб-дизайну, електронних дошок та відеозаписів як засобів електронного унаочнення навчальних матеріалів також залишається незадовільним. Від 70 до 83,5 % респондентів вказують на майже виключену можливість послугування електронними технологіями навчання в навчальному процесі.

Результати дослідження свідчать, що студенти електронізують сам процес навчання за рахунок власних електронних засобів: мобільних телефонів, планшетів, міні-ноутбуків тощо. Ствердну відповідь щодо високої частотності використання означеними пристроями отримано від 54,9 % респондентів. Водночас доволі значним є відсоток осіб, інформаційно-електронні потреби яких залишаються практично незадоволеними.

Зазначене свідчить про те, що приватними електронними засобами проблему навряд чи вдасться розв'язати. Отже, використання інструментів інформатизації виявляється переважно приватною ініціативою при доволі обмеженій інституційній підтримці ВНЗ, що потенційно не лише впливає на рівень інформатизованості освіти, а й оцінку її якості та задоволеності студентів навчальним процесом.

Список використаної літератури

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования : пер. с англ. Москва : Academia, 1999. 956 с.
2. Безперервна освіта. URL: <http://www.users.kpi.kharkov.ua/lre/bde/ukr/iol/I3.htm> (дата звернення: 12.11.2017).
3. Ващекин Н. П., Пасхин Е. Н., Урсул А. Д. Информатизация общества и устойчивое развитие. Москва, 2000. 267 с.
4. Колин К. К. Информационная цивилизация. Москва : Ин-т проблем информатики РАН, 2001. 112 с.
5. Макеева О. Безперервна освіта суспільства – запорука майбутнього. *Персонал*. URL: <http://www.personal-plus/net/206/> (дата звернення: 12.11.2017).
6. Меморандум безперервної освіти Європейського Союзу. URL: <http://www.europians.org.ua/deyanel.html> (дата звернення: 12.11.2017).
7. Оленев С. М. Інформаційна культура на межі тисячоліть: спадкоємність і новації. *Інформаційна культура особистості: минуле, сьогодення, майбутнє* : тези доп. Міжнар. наук. конф. Краснодар – Новоросійськ, 11–14 верес. 2012. Краснодар, 2012. С. 50–51.
8. Пуховська Л. П. Професійна підготовка вчителів на Заході: спільність та розбіжності. Київ : Вища школа, 1997. С. 30–42.
9. Quoted in Noble D. Forces of Production: A Social History of Industrial Automation. N.Y. : Knopf, 1984. P. 71–76.
10. Tehranian M. Global communication and international relations: changing paradigm and policies. *International Journal of Peace Studies*. 1997. № 2 (1). P. 39-64.

Стаття надійшла до редакції 18.12.2017.

Половая Н. А. Ключевые направления информатизации образования в техническом вузе (на примерах Национального авиационного университета и Государственного университета телекоммуникаций)

Статья посвящена результатам эмпирического исследования ключевых направлений информатизации образования в техническом вузе (на примерах Национального авиационного университета и Государственного университета телекоммуникаций). В результате проведенного исследования сделан вывод о том, что в ответах респондентов прослеживается констатация достаточно низкого уровня технического обеспечения вузов средствами электронного обучения. Самые высокие позиции по обеспечению занимают доступ к Wi-Fi, компьютерные классы с подключением к Интернету, с доступом к электронным ресурсам библиотеки и внутренней электронной почте. Констатируемое явление находит свое объяснение в том, что технические вузы создавались с учетом удовлетворения потребности экономики индустриального типа, технологии которой неадекватны относительно потребности развития специалистов в условиях информационной цивилизации. Обозначенное обстоятельство может быть связано уже не столько с электронными средствами обучения, сколько с низким уровнем информационно-электронной культуры определенной части респондентов.

Отмечены факторы информационно-электронной культуры педагогической общности, ориентированной на традиционные носители информации, а также особенности устаревшей дидактики в вузе. Последняя допускает, рядом с новыми инфор-

мационными технологиями использование в учебном процессе устаревших способов репликации знаний и учебного контроля.

Ключевые слова: информатизация высшего образования, электронное обучение.

Polovaya N. Key Directions of Informatization of Education at a Technical University (on the Examples of the National Aviation University and the State University of Telecommunications)

The article is devoted to the results of the empirical research on key areas of informatization of education at a technical university (on the examples of the National Aviation University and the State University of Telecommunications). As a result of the research conducted by the author, it was concluded that respondents' responses can be traced to a rather low level of technical support of universities by means of e-learning. The Wi-Fi access, computer classes with Internet connection, access to electronic library resources and internal e-mail access provide the highest security positions. The established phenomenon finds its explanation that the technical higher education as well as most of the higher educational institution's technical profile, was created in the light of the needs of the economy of industrial type, whose technology is inadequate in terms of the development of specialists in the conditions of information civilization. This circumstance may be related not so much by electronic means of learning, but with the low level of information and electronic culture of a certain part of respondents.

The article confirms that the factors of the informational and electronic culture of the pedagogical community, which is oriented on traditional media of information, as well as the features of outdated didactics in higher educational institutions. The latter suggests, along with the use of the latest information technology in the learning process, service obsolete methods of replication knowledge and training control.

Key words: informatization of higher education, e-learning.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.334.(477.87)

Н. І. ВАРГА

ОЧІКУВАННЯ ТА УЯВЛЕННЯ ПРО РИНОК ПРАЦІ ЗАКАРПАТТЯ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ)

У статті розглянуто процеси зайнятості на ринку праці Закарпатської області крізь призму кризових явищ, що характеризують функціонування всієї системи перехідного суспільства. Визначальним є уявлення про неформальну складову ринку праці, а саме включеність і діяльність господарських агентів, які не вписуються в установлені інституційні правила або перебувають поза інституційним захистом. Проаналізовано уявлення й очікування молоді щодо функціонування ринку праці області за результатами анкетного опитування.

Ключові слова: ринок праці, зайнятість, неформальна зайнятість, трудова міграція, самозайнятість.

Характерною особливістю зайнятості населення в сьогоденні умовах є залученість до неофіційної, неформальної зайнятості. Аналіз неформальної зайнятості в розрізі вікових груп свідчить, що найвищий її рівень характерний для осіб у віці 15–24 роки (34,6 %) та у віці 60–70 років (36,6 %). Як бачимо, найвищий рівень неформальної зайнятості зафіксований серед молоді (15–24 роки) та осіб похилого віку (60–70 років). Зауважимо, що представники саме цих вікових груп є найменш соціально захищеними в країнах з транзитивною економікою, до яких належить й Україна. Дискримінація молоді та пенсіонерів (так званий ейджизм) у доступі до офіційних робочих місць, а також невеликий розмір отримуваних ними державних соціальних трансфертів (стипендії, пенсії) змушує шукати неформальних джерел отримання додаткових засобів існування. Проблемам регулювання ринку праці, відтворення трудового потенціалу приділено багато уваги в працях зарубіжних науковців: М. Армстронга, С. Вільямса, Д. Гелбрейта, Р. Еренбурга, Дж. Кейнса, К. Макконнелла, В. Марцинкевича, А. Оукена, А. Рофе, П. Самуельсона, А. Сміта, а також українських: О. Амоші, А. Базилюк, Д. Богині, І. Бондар, О. Грішнєвої, Т. Заяць, А. Колота, О. Кузнєцової, Е. Лібанової, О. Новикової та ін.

Теоретичні та практичні аспекти самозайнятості, неформальної зайнятості населення висвітлено в працях Т. Базиленко, В. Гімпельсона, Р. Капелюшнікова, П. Петракова, Д. Стребкова. Серед українських учених, які зробили вагомий внесок у дослідження причин неформальної зайнятості, варто відзначити С. Бандура, І. Гнибіденка, Е. Лібанової, О. Макарової, П. Саблука, М. Соколик, В. Юрчишина та ін.

Метою статті є аналіз уявлень і очікувань щодо функціонування ринку праці Закарпатської області.

У загальній кількості зайнятого населення у дванадцяти регіонах країни частка неформально зайнятих осіб не перевищувала середній показник по Україні (22,7 %). Найбільше значення цього показника спостерігалось у Чернівецькій області (50,9 %), а найменше – в Київській (9,4 %). Закарпатська область є одним з лідерів за залученістю населення до неформальної зайнятості – 27,5 % [1].

Зауважимо, що 15-та Міжнародна конференція статистики праці в 1993 р. визначила неформальний сектор як «сукупність господарських одиниць, що зайняті виробництвом товарів і послуг з ціллю забезпечити себе роботою та прибутками. Трудові відносини, якщо вони існують, базуються переважно на залученні випадкових працівників, родинних і особистих зв'язках, а не на договірних началах, що гарантують формальні гарантії» [2]. Надалі це визначення лягло в основу виробничого підходу. Цей підхід жорстко віддокремлює неформальну зайнятість від формальної, передбачаючи, що потрапляють до неї люди вимушено. У низці випадків робота є низькооплачуваною й соціально незахищеною, іноді її навіть вважають формою безробіття (особливо за відсутності соціальних виплат). Праця ця технологічно примітивна, відсутня технологізація процесу виробництва, а працівники низькокваліфіковані та неосвічені. Відповідно до виробничого підходу, неформальний сектор являє собою сегмент «поганих» робочих місць, а в офіційному секторі сконцентровані «хороші» робочі місця [2]. МОП закріпила це положення в своїй резолюції з вимірювання зайнятості в неформальному секторі в 2000 р., показуючи, що підприємства неформального сектора – приватні підприємства, власниками яких є індивіди або домашні господарства, які не мають статусу юридичної особи й володіють обмеженими фінансовими ресурсами.

Ця концепція була представлена в одній з праць Г. Філдеса, в якій неформальний сектор розглянуто як внутрішньо неоднорідний і двох'ярусний (two-tiered) [3]. «Високоякісний сегмент» неформального сектора (uppertier jobs) представлений самозайнятими працівниками, які усвідомлено й добровільно прагнуть увійти в нього, оскільки такий тип зайнятості для них співвідноситься з отриманням різних переваг – до прикладу, можливість самостійно регулювати свій робочий ритм. «Низькоякісні» ж робочі місця, у свою чергу, заповнюються за залишковим принципом тими, хто не зміг потрапити ні до сегмента формальної зайнятості, ні до «високоякісного» сегмента неформальної зайнятості.

Подальше переосмислення природи неформальності пов'язано з дослідженнями У. Мелоні. Спираючись на цілий ряд емпіричних досліджень, проведених у Латинській Америці, він піддає сумніву тези, що лежать в основі традиційного підходу. Неформальні робочі місця не обов'язково є гіршими за якістю, робітники можуть переміщатися на них добровільно, міжсекторна різниця в заробітній платі несуттєва, жорсткі бар'єри відсутні,

а загалом цей сектор скоріше нагадує мікропідприємницький сектор розвинутих країн.

Відповідно, самозайняті робітники й власники малих фірм зовсім не прагнуть до формалізації своєї зайнятості, їх цілком задовольняє поточний статус зайнятості. Навіть нормативно-правова захищеність робочих місць у формальному секторі не є достатнім стимулом для легалізації своєї діяльності. Особливою причиною цієї відмови є відсутність довіри до інститутів формальної зайнятості, особливо в країнах, що розвиваються. Люди можуть побоюватися того, що пенсії та виплати в майбутньому не будуть виплачені їм в обумовленому розмірі через кризу фінансової системи, інфляцію. Якщо якість послуг в охороні здоров'я, в освіті сприймається на низькому рівні, то виникає питання про доцільність відрахування коштів на соціальне страхування.

Альтернативним до виробничого є легалістський, або правовий, підхід до неформальної зайнятості. Його сутність визначається тим, якою мірою фірми та працівники дотримуються встановлених формальних правил і норм законодавства у сфері правового регулювання своєї діяльності [4]. Іншими словами, класифікація робочих місць (на формальні або неформальні) залежить від ступеня підпорядкування чинному нормативно-правовому режиму регулювання.

Неформальні робочі місця можуть бути й на зареєстрованих підприємствах, якщо останні не дотримуються чинних правил щодо своїх працівників (найм працівників без офіційного оформлення). При цьому робочі місця на мікропідприємствах, які дотримуються вимог законодавства, можуть виглядати досить формальними [5].

При визначенні меж неформальності можна використовувати різноманітні критерії або їх комбінації, а саме: економічні (відсутність реєстрації трудової діяльності, ухилення від оподаткування, розмір підприємства тощо), політичні (недостатнє державне регулювання), статистичне (систематичне викривлення у вимірюванні валового національного продукту), соціальні (автономія й гнучкість зайнятості, відсутність доступу до системи соціального захисту, професійного статусу) [5].

Тіньові практики, що виникли в радянській економіці, до теперішнього часу поширюються й активно реалізуються в політиці, соціальній сфері та сфері занятості зокрема. Закон втратив свою обов'язкову силу, а практика його використання не реалізується. Це значить, що в Україні, як і в усіх трансформаційних суспільствах, період ослаблення інституційних систем не просто затягнувся, а навпаки, набув стійкої, стабільної форми і що наше суспільство опинилось у стані стаціонарної інституційної нерівноваги. Важливо зауважити, що з погляду аналізу неформальності у сфері трудових відносин, неформальні правила можуть бути розширенням, продовженням, доповненням формальних правил, оскільки останні визначають вибір альтернатив без урахування обставин тієї чи іншої одиничної угоди. Цей вид відносин між двома типами правил найбільш поширений у

суспільних системах, що розвиваються еволюційним шляхом, в яких налагоджений процес відбору найбільш життєздатних норм поведінки. Останні виникають спонтанно в результаті щоденної взаємодії між контрагентами. Як уже говорилося вище, жодна зі шкіл не бере до уваги негрошові вигоди від участі в неформальній економіці. Узагальнюючи всі положення наукових дискурсів, зазначимо, що неформальна економіка володіє сукупністю позитивних властивостей і впливів. Крім того, формальну й неформальну економіку розглядають як нерозривно пов'язані між собою. Деякі вчені [6] припускають, що залежно від типу соціальних умов неформальна економічна активність часто виникає (поширюється) для задоволення потреб сім'ї або громади й не передбачає отримання фінансових прибутків. Проте через своє економічне коріння велика частина неформальної економіки визначається як: максимізація прибутків шляхом мобілізації всіх наявних засобів і шляхом організації їх найбільш ефективним чином; економія ресурсів для досягнення поставленої мети.

Зазначені категорії населення вразливі та соціально незахищені в сучасних умовах господарювання. Проте, як слушно зауважує К. Уільямс [7], неформальна зайнятість може виступати результатом як соціальної ексклюзії, так і добровільного виходу за межі формально інституціоналізованої економічної діяльності. У першому випадку маємо справу з різноманітними маргіналізованими та дискримінованими групами (нелегальні трудові мігранти, молодь, жінки, пенсіонери), які не мають доступу до формального ринку праці або цей доступ значно ускладнений, або самий формальний сектор економіки надто слабкий, щоб генерувати великий попит на робочу силу. Як наслідок, дотримуючись стратегії фізичного виживання, індивіди готові братися за будь-яку роботу, незважаючи на низьку зарплату, важкі умови праці тощо. У другому випадку неформальна зайнятість є результатом дії не безособових, відчужених від людини, соціальних структур, а наслідком добровільного та свідомого вибору індивіда. Найчастіше вибір на користь неформального сектору зумовлений тим, що він забезпечує більшу автономію, гнучкість та свободу діяльності суб'єктів, ніж формальний сектор капіталістичної економіки (однією з форм є фриланстерство, робота на дому, творчі професії).

Закарпатська область є найзахіднішим регіоном України й межує одночасно із чотирма країнами. У цій області яскраво спрацьовують процеси пограниччя. Населення Закарпатської області становить близько 2,5 % у загальній чисельності населення країни. Молоді люди виступають найбільш дієвим прошарком будь-якого суспільства, носієм новаторських підходів до державного управління. Турбота держави про молодь має базуватись на принципах відкритості, рівності, демократичності, солідарності, співпраці. Драматичні події, що спостерігаються в українському суспільстві протягом останнього часу, безумовно, впливають на всі його сегменти. Молодь, як найбільш активна соціально-демографічна група, водночас є і рушійною силою змін, і тим об'єктом, який найбільше відчуває на собі наслідки соціаль-

но-політичних процесів. Зрештою, саме від молодих людей та їх ціннісних орієнтацій, очікувань, потреб залежить майбутнє цього суспільства.

З метою вивчення очікувань та потреб молоді Закарпаття кафедра соціології та соціальної роботи УжНУ провела дослідження методом анкетування. Опитування проведено на основі квотної вибірки за такими параметрами: вік (вікові групи 15–19 років, 20–24 років, 25–29 років, 30–34 років), стать (чоловіки та жінки), населений пункт (місто та село). Загальний обсяг вибіркової сукупності – 400 осіб. Помилка репрезентативності вибірки не перевищує 3 % з урахуванням дизайн-ефекту.

Аналіз відповідей респондентів показав, що в країні склалася напружена ситуація щодо стабільності та забезпеченості. Абсолютна більшість опитаних висловила своє позитивне ставлення до виїзду за кордон. Більша частина опитаних людей прагне виїхати за кордон (64 %), лише 19 % хотіли б залишитися на рідних теренах Батьківщини та 17 % респондентів вагалися щодо цього питання. З-поміж опитаних 35 % молоді вважають, що збільшення емігрантів найближчим часом пов'язане з нестабільністю в країні, відсутністю перспектив та неврегульованою політикою. Частка тих, хто вважає, що збільшення емігрантів пов'язане з низьким рівнем життя, бідністю, безробіттям та інфляцією, становить 32 %. Проте, на думку 23 % молоді, за кордоном життя краще, є більше можливосте для самореалізації. Частка тих, хто вважає, що з'явилося більше можливостей виїхати, побачити нове життя, становить 9 %.

Більшість опитаних хоче вчитися в країнах, де рівень життя набагато вищий, ніж в Україні. В основному це західні країни, де більш якісна освіта, політична й економічна стабільність, де не ведуться військові дії й люди мають хоч якусь упевненість у завтрашньому дні. За даними опитування, мотивами для молоді виїхати вчитися до іншої країни є вищий рівень життя й більш якісна освіта, ніж в Україні, легша самореалізація. Також, навчаючись за кордоном, людина вдосконалює знання іноземної мови, розширює свій світогляд і пізнає культури інших країн.

За результатами соціологічного дослідження, основною характеристикою ціннісних та соціально-політичних орієнтацій, очікувань і потреб сучасної закарпатської молоді є їх різноманітність, що відповідає тенденціям в інших країнах Європи. Проте чітко проглядаються й спільні риси, а саме поєднання суперечливих, на перший погляд, позицій: прагматичного погляду на життя з важливістю духовного розвитку, певного молодіжного радикалізму з толерантним ставленням до інших тощо.

Головну причину участі в неформальній зайнятості молодь вбачає у вищій оплаті праці, ніж в офіційній зайнятості (54,7 %), складність офіційного працевлаштування (30,3 %) та відсутність контролю, відповідальності, стягнень з боку держави (33,7 %). Отже, чітко спрацьовує легалістський підхід щодо поширеності неформальної зайнятості як стратегії подолання офіційної державної зарегульованості (рис. 1).



Рис. 1. Головні причини зайнятості в неформальній сфері

Серед основних учасників неформальної зайнятості переважають студенти (65,7 %). Для них високим може бути ризик залишитися в цьому секторі, тобто не легалізувати свою зайнятість, зважаючи на можливість отримання значно більшої оплати праці. Високим є відсоток зайнятих також серед безробітного населення (50,9 %), яке не висуває вимог щодо легалізації своєї зайнятості. Для них, можливо, важливою є наявність роботи взагалі, як стратегії виживання й адаптації до соціально-економічних умов українського суспільства (рис. 2).



Рис. 2. Учасники неформальної зайнятості

Основні ризики неформальної зайнятості опитані пов'язують із недооплатою або невиплатою (51,1 %), нещасними випадками, відсутністю страховки (43,3 %), важкими умовами праці, понаднормовою працею (41,7 %), відсутністю нормативно-правового захисту (34,6 %). У результаті аналізу зауважимо, що люди свідомо погоджуються на соціальні гарантії свого працевлаштування, перекриваючи це вищими прибутками в неформальному секторі (рис. 3).

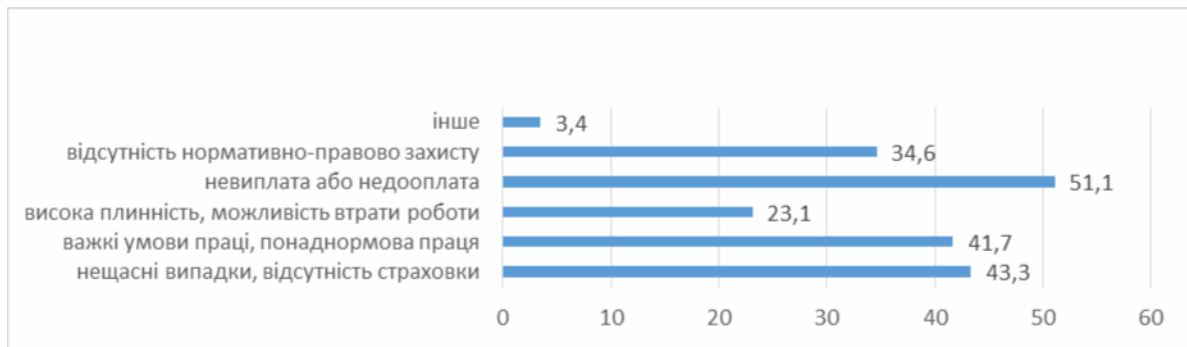


Рис. 3. Основні ризики неформальної зайнятості

Досить широким є перелік сфер зайнятості в неформальному секторі. Переважає серед них зайнятість у сфері харчування (офіціантки, бармени) – 27,4 %, зайнятість у домашньому господарстві – 24 %, а також перевезення на власному авто – 17,4. Варто наголосити, що наведена статистика – це лише невелика частина загальної зайнятості в неформальному секторі. Практично всі перелічені види зайнятості більшою мірою не відображаються в офіційній статистиці, тобто належать до неформальної зайнятості (рис. 4).

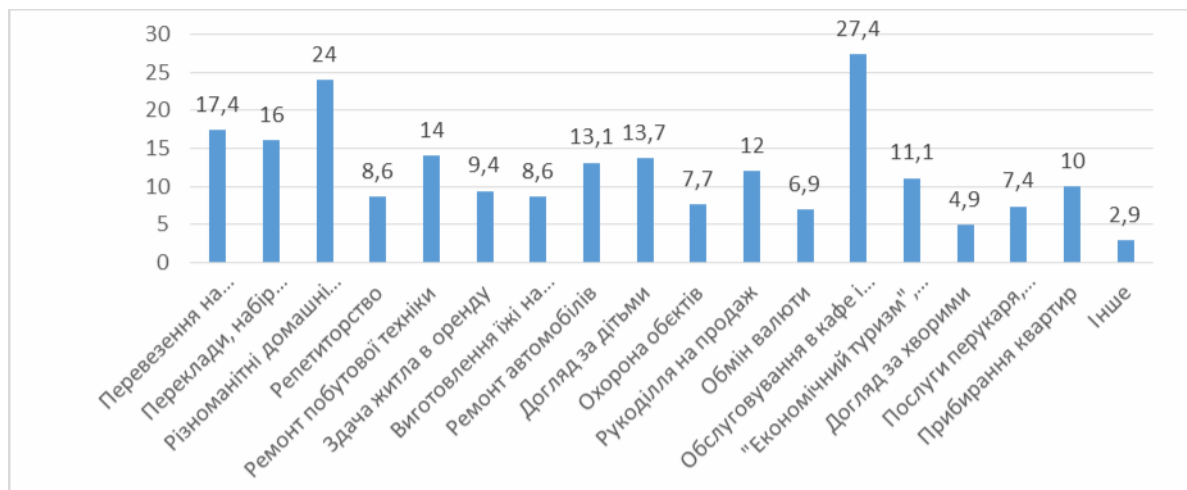


Рис. 4. Основні види зайнятості в неформальному секторі

Висновки. Ефективність державної політики вимірюється дієвістю механізмів розв'язання проблем різних категорій, обсягом та якістю соціальних послуг, які отримують громадяни від владних структур. Безпосередній контакт більшості мешканців регіону з іноземними державами відбувається саме на рівні Закарпатської області. Ця обставина вимагає врахування в державній політиці у сфері зайнятості високих можливостей трудової міграції та ризиків неформальної зайнятості як стратегії адаптації населення до умов економічної кризи.

Список використаної літератури

1. Ринок праці. Аналітичний звіт 2017 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Современные международные рекомендации по статистике труда. 1994.

3. Hart K. Informal Economy. *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*. L., 1987. Vol. I. P. 846.
4. Fidler P., Webster L. The Informal Sector of West Africa. *The Informal Sector and Microfinance Institutions in West Africa* / L. Webster, P. Fidler (eds.). Washington The World Bank, 1996. P. 112–113.
5. Mingione E. Informalization, restructuring and survival strategies of the working class. *International Journal of Urban and Regional Research*. 1983. № 7 (3).
6. Нестандартная занятость в российской экономике / под ред. В. Е. Гимпельсона и Р. И. Капелюшников. Москва : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006.
7. Williams C., Round J. Retheorizing the Nature of Informal Employment: Some Lessons from Ukraine. *International Sociology*. 2008. № 23 (3). P. 367–388.

Стаття надійшла до редакції 11.12.2017.

Варга Н. И. Ожидания и представления о рынке труда в Закарпатье (по результатам анкетного опроса)

В статье раскрываются процессы занятости на рынке труда Закарпатской области через призму кризисных явлений, характеризующих функционирование всей системы переходного общества. Определяющим является представление о неформальной составляющей рынка труда, а именно включенность и деятельность хозяйственных агентов, которые не вписываются в установленные институциональные правила или находятся вне институциональной защиты. Анализируются представления и ожидания молодежи относительно функционирования рынка труда области по результатам анкетного опроса в Закарпатской области.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, неформальная занятость, трудовая миграция, самозайнятость.

Varga N. Expectations and Representations about Market of Employment in Transcarpathian Region (for the Results of the Questionnaire)

The article assesses the processes of employment in the labor market of the Transcarpathian region. This article studies the major theoretical approaches in the definition of informal employment in Transcarpathian region. The aim of this article is to provide a critical overview of how informality employment has been defined and measured, together with selected findings on its extent and character, and a summary of competing views regarding its role in contemporary economies and how it can be tackled. The outcome is a set of conceptual frameworks for understanding both the burgeoning literature on informal employment and how each of the perspectives is presented in this article.

It is proved that the relation of formal and informal regulation has at least three grades. Informal practices may: displace the formal rules, replacing them; occupy space free of formal regulation; break «not the letter but the spirit of the law», using a legal instrument as a tool to achieve informal arrangements. Formal rules themselves are solely applied under the impact of informal practices. They are inseparable. It is more noticeable in Ukraine than elsewhere. Designations of Ukrainian reality in the Western studies – a hybrid economy, organized disorganization, competitive authoritarianism – reflect the complexity of the given object.

The informal sector is largely characterized by several qualities: easy entry, meaning anyone who wishes to join the sector can find some sort of work which will result in cash earnings, a lack of stable employer-employee relationships, a small scale of operations, and skills gained outside of a formal education. Workers who participate in the informal economy are typically classified as employed. The type of work that makes up the informal economy is diverse, particularly in terms of capital invested, technology used, and income generated.

While participation in the informal sector can be stigmatized, many workers engage in informal ventures by choice, for either economic or non-economic reasons. Economic motivations include the ability to evade taxes, the freedom to circumvent regulations and

licensing requirements, and the capacity to maintain certain government benefits. First, they felt they would earn more money through their informal sector work than at a job in the formal economy. Second, even if workers made less money, working in the informal sector offered them more independence, the chance to select their own hours, the opportunity to work outside and near friends, etc. While jobs in the formal economy might bring more security and regularity, or even pay better, the combination of monetary and psychological rewards from working in the informal sector proves appealing for many workers. Construction of the social space of Ukrainian society predetermines the institutionalization of new economic, political and cultural coordinates. Functional weakness of formal institutions creates favorable conditions for the intensification of informal institutionalization, which can sometimes undermine or limit the order of functioning of formal institutions.

Key words: employment, economic activity, informal sector, unemployment, vacancies.

УДК 316.344: 005.336

Н. І. ГЛЕБОВА

СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ВИМІРАХ

У статті розглянуто наявні в науковому обігу методологічні розробки щодо дослідження соціальної компетентності в перцептивно-когнітивному, мотиваційно-емоційному та поведінковому ракурсах. Проаналізовано сучасні соціально-психологічні підходи до осмислення соціальних аспектів професійної взаємодії, навичок поведінки та спілкування крізь призму категорії «соціальна компетентність», обґрунтовано потребу їх комплексного поєднання в дослідженні соціальної компетентності галузевих фахівців. Запропоновано модель соціологічного дослідження соціальної компетентності як цілісної структури та апробацію комплексної методики вимірювання ідентифікаційних ознак соціальної компетентності особистості на прикладі досліджень фахівців водного транспорту. Встановлено перелік найважливіших параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту згідно зі структурними блоками дослідження «директивність-субординативність», «диференційна толерантність», «комунікативно-інтерактивна компетентність».

Ключові слова: соціальна компетентність, методи соціологічного дослідження, соціальні якості суб'єкта, ідентифікаційні ознаки, галузева соціологія, фахівці водного транспорту.

Соціальна компетентність як складна особистісна системна характеристика індивіда апріорно має соціальний характер, формується під впливом соціуму і є одним із чинників формування й усталення суспільних орієнтацій особистості. У комплексному процесі засвоєння індивідом певної системи знань, норм і цінностей, які дають йому змогу бути повноправним членом спільноти, правомірним є розгляд рівня набутої соціальної компетентності не лише як практичного показника досягнення певного рівня соціалізації, а і як якісного маркера досягнення позитивного балансу в інтенціях і результатах діяльнісних практик членів фахової спільноти, що виявляється як на індивідуально-особистісному рівні, так і на рівні взаємодії соціальних інституцій суспільства і його окремих галузей. Тому моделювання соціологічного дослідження соціальної компетентності фахівця як цілісної структури розвитку інтегративної характеристики особистості в сучасному світі в площині перетину онтологічних реальностей і суб'єктивного світу людини, яка маркується науковим співтовариством категорією «соціальна компетентність», є надзвичайно актуальною й потребує поглибленого аналізу засад, механізмів і методів досягнення ефективного зворотного зв'язку індивіда та суспільства засобами соціологічної науки.

Мета статті зумовлена тим, що дослідження професійного становлення моряків у системі освітнього процесу вказують, що, з одного боку, різноманітність атрибутивних зв'язків компонент соціальної та професійної свідомості особистості в різних сферах застосування важливих навичок настільки значна, що вони наскрізно проникають і взаємозумовлюють досліджувані структурні рівні суспільної та індивідуальної свідомості особи-

стості в надзвичайно широкому спектрі [3, с. 68; 4, с. 47], з іншого – далеко не завжди можна охопити їх методологічно й інструментально засобами послідовного поєднання різних існуючих підходів.

Аналіз міждисциплінарних досліджень та розгляд соціально-психологічних особливостей морських міжнародних екіпажів у низці галузевих освітніх досліджень засвідчив значні розбіжності у виборі критеріїв та показників рівнів сформованості професійно важливих якостей робітників морського транспорту в галузевій фаховій та післядипломній освіті [5; 6; 7], що вказує на потребу системного підходу з виокремленням таких компонентів структури дослідження професійної соціалізації майбутнього моряка:

- змістовно-процесуального (міжкультурний, стратегічний і когнітивний аспекти);

- мотиваційно-цільовий;

- морально-соціальний.

У сучасних дослідженнях соціальної компетентності спостерігаються досить різні підходи: розгляд проблеми соціальної взаємодії зосереджується на аспектах забезпечення власних інтересів особистості [10], її соціальної адаптації, здатності до інтеграції в суспільство та усвідомлення його норм і цінностей [8, с. 124–152]. Згідно з результатами У. П. Канінга, більшість використовуваних у сучасних дослідженнях моделей виявлення соціальних компетентностей ґрунтуються на засадах психології комунікації [21, с. 160–182], моделюючи генезис соціально-компетентної поведінки як раціонального процесу, що йде за циклом управління [10], або регуляції індивідом своєї поведінки шляхом порівняння бажаного (цільового) стану з реальним (поточним) станом [12, с. 171–190]. Це дає змогу висувати, що у виборі стратегій для подолання можливих розбіжностей між цими станами, той факт, що поведінка в повсякденному житті – і особливо в звичних ситуаціях – визначається головним чином використанням евристики та процедур, а не раціональною поведінкою, ігнорується [9; 11]. Однак у більшості практичних досліджень не розмежовано компетентність як потенціал і як поведінку, що ускладнює її розгляд як постійного атрибуту [16, с. 52–58], а «єдиний спосіб визначити атрибути, які стають стабільними з часом, – абстрагування стосовно різних ситуацій» [17]. Водночас соціальна компетенція як потенціал, що лежить в основі соціальної поведінки і який асимілюється терміном «особистість» в індивідуальних структурах параметрів-цінностей, що стосуються різних компетенцій [13, с. 154–163], дає змогу проводити порівняння визначальних атрибутів цих конструкцій, а також розрізняти загальні та специфічні соціальні компетенції з урахуванням специфіки ситуацій [20, с. 205–228; 22, с. 117–135].

В основу нашого дослідження покладено напрацювання німецького соціального психолога У. П. Канінга, основна ідея якого полягає в розмежуванні розроблених та автоматизованих процесів формування соціально-компетентної поведінки на основі аналізу ситуації й вибору відповідних процедур поведінки в процесах моделювання поетапної структури дослідження з урахуванням таких аспектів:

- аналіз ситуації щодо двох аспектів мотивації індивіда – власних цілей, які переслідуються в певній ситуації, і специфічних вимог соціального контексту;

- аналіз варіантів поведінки індивіда щодо вибору альтернативних рішень і їх використання в певній специфічній ситуації в контексті власного цілепокладання й вимог соціального середовища;

- аналіз реалізації передбачуваної поведінки шляхом використання навичок;

- аналіз здатності до самооцінки в діях, що призводять до зміни ситуації в контексті завдання досягнення власних цілей та соціальних вимог, здатності до ініціювання нового циклу поведінки [18, с. 141–153].

Ґрунтуючись на попередньому аналізі галузевих напрацювань та висновків з матеріалів авторських глибинних інтерв'ю з діючими представниками морських професій [2], ми обрали базою нашого пошукового дослідження модель У. П. Канінга [14], яка цілком відповідає потребам, виявленим в аналізі розглянутих вище концептів, враховує впливи показників емоційної стабільності, просоціальності, ціннісного плюралізму особистості та значущість цих компонент для вивчення поведінкової сфери особистості через такі її якості, як відкритість, надійність, гнучкість дій, навичок спілкування, самоконтролю й поведінки в конфліктній ситуації. Разом з тим, згідно з виявленими взаємозалежностями, кожен окремий елемент моделі функціонально корелює з рівнем моральної свідомості індивіда, в якій соціальна компетентність набуває й характеристик етичної категорії моралі. Спираючись на вищевикладене та численні наявні на сьогодні в науковому обігу методологічні розробки фахівців, можемо констатувати подібний взаємозв'язок пропонованих У. П. Канінгом до розгляду інших компонент соціальної компетентності з позицій перцептивно-когнітивної, мотиваційно-емоційної та поведінкової сфер для дослідження.

Оскільки в нашому випадку йдеться про специфічні компетенції, що стосуються лише цілком визначених груп ситуацій, загальні соціальні компетенції з'ясовуються за допомогою класичних анкет або тестів, де вибір і визначення шкал впливає з дослідження, а конкретні соціальні компетенції розглядаються в інтерв'ю або в інших видах спостереження за поведінкою, результат відображається за допомогою різних типів вимірювань при діагностиці соціальних компетенцій [14].

Нами проведено пошукове соціологічне дослідження соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту (студентів Одеської морської академії, $n = 100$) за допомогою авторської анкети, що складається з пунктів (питань), які відображають елементи структури соціальної компетентності, і щодо яких (у шкалі Лайкерта) респонденти оцінюють міру виявлення структурних елементів соціальної компетентності та міру їх (елементів) професійної важливості. Загалом у вимірюваній структурі соціальної компетентності налічується 4 великих блоки елементів: комунікативно-інтерактивної компетентності, моральної компетентності, толерантності та директивності-субординативності.

Блок елементів комунікативно-інтерактивної компетентності, у свою чергу, охоплює 4 групи елементів: соціальна спрямованість (просоціальність, гнучкість перспективи, плюралізм цінностей/загальна толерантність, готовність до компромісів, емпатичність, уміння слухати і говорити), асертивність (наступальність, готовність до конфліктів, екстраверсія, рішучість), самокерування (самоконтроль, емоційна стабільність, гнучкість у діях, інтернальність), рефлексивність (самопрезентація, самоусвідомлення, усвідомлення власного впливу, аналітична соціальна перцепція) [13, с. 154–163].

Блок елементів «моральна компетентність» охоплює такі складові: цілісність, автентичність, чесність, мужність, вірність слову, відповідальність, смиренність-самокритичність, справедливість, турбота-співчуття, неупередженість до себе, поблажливості до інших [19].

Наступні два блоки елементів: «диференційної толерантності» (расової, національної, сексуальної, релігійної) та «директивності-субординативності» (директивність – здатність реалізовувати професійні владні повноваження, субординативність – здатність виконувати підвладні соціально-професійні ролі) віддзеркалюють переважно специфічно-професійний контекст соціальної компетентності фахівців водного транспорту. Наводимо загальні результати пошукового дослідження (рис. 1).

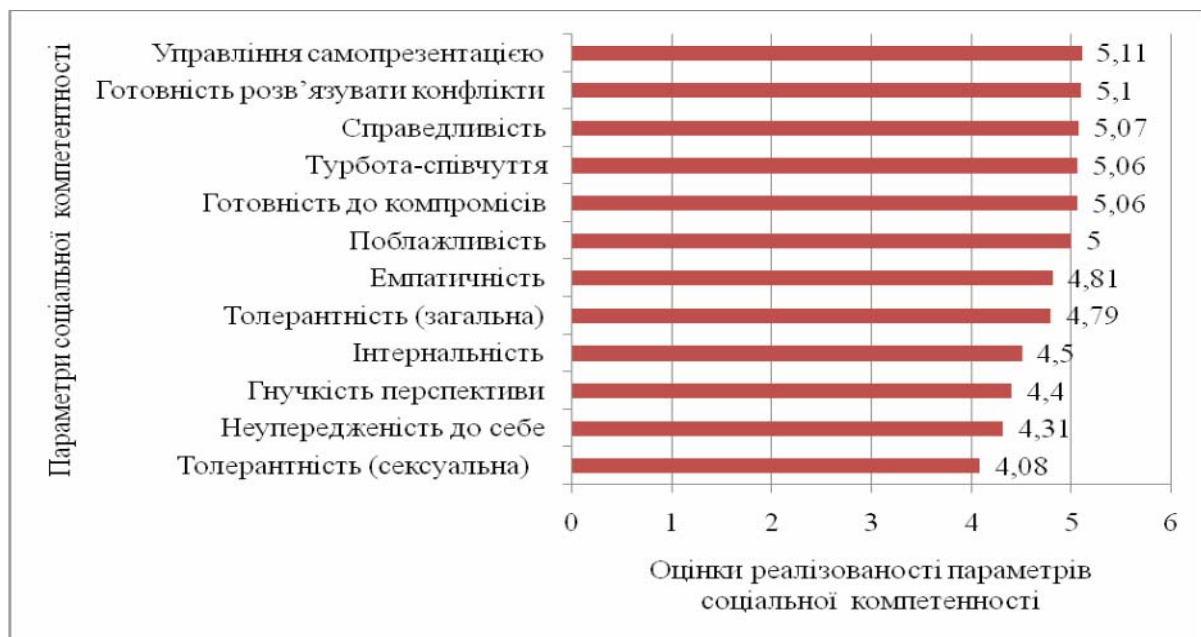


Рис. 1. Оцінки важливості параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту (рейтинг найважливіших параметрів)

Найважливішими параметрами соціальної компетентності, на думку майбутніх фахівців водного транспорту, є субординативність (здатність до прийняття адміністративного впливу), расова толерантність, директивність (здатність до вчинення адміністративного впливу), національна толерантність, самоконтроль (здатність керувати своєю поведінкою в стресових ситуаціях), рішучість (здатність у складних ситуаціях чинити сміливо й рішуче), емоційна стабільність (емоційна стійкість, врівноваженість, само-

контроль гніву або тривоги), уміння ефективно слухати та говорити, гнучкість у діях і вчинках, асертивність (здатність наполегливо проводити свою лінію, домагатися своїх цілей), відповідальність.

До переліку найважливіших параметрів соціальної компетентності майбутні фахівці водного транспорту зарахували переважно параметри з блоків «директивність-субординативність», «диференційна толерантність», «комунікативно-інтерактивна компетентність» (рис. 2).

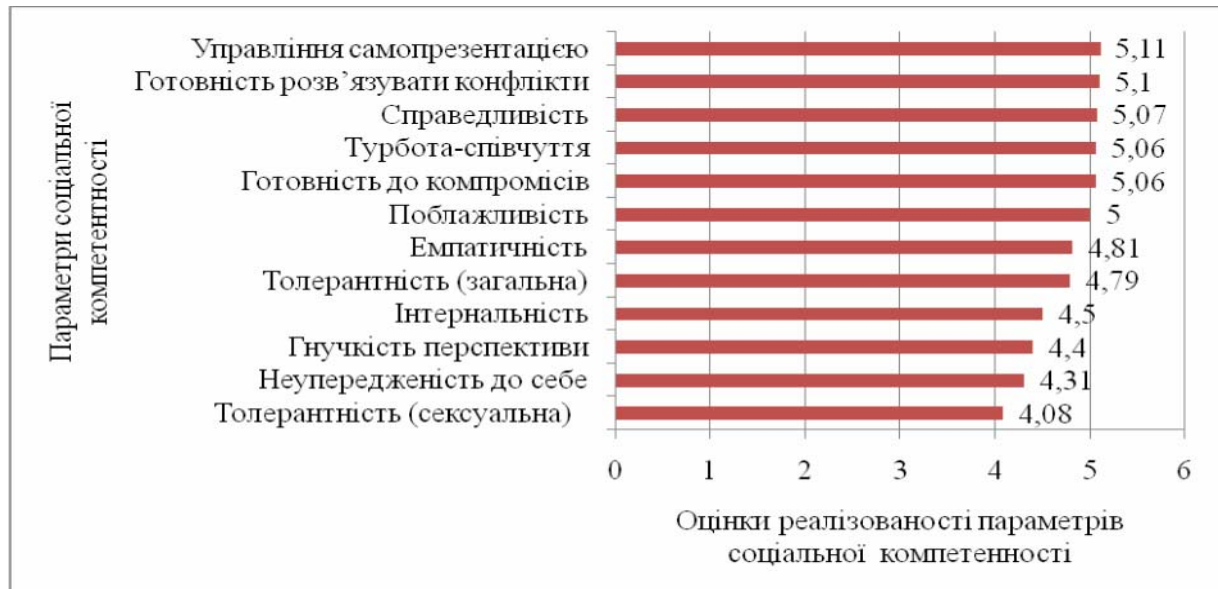


Рис. 2. Оцінки реалізованості параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту (рейтинг найбільш реалізованих параметрів)

Найбільш реалізованими (виявленими), параметрами соціальної компетентності, на погляд майбутніх фахівців водного транспорту, є принаманні їм національна і расова толерантність, директивність, вірність слову (здатність виконувати обіцяне), відповідальність, мужність (здатність захищати те, що правильно або справедливо), аналітична соціальна перцепція (уміння пізнавати й оцінювати інших людей, уважно спостерігаючи за ними), уміння ефективно слухати, релігійна толерантність, асертивність, чесність (правдивість), смиренність, самокритичність (здатність визнавати свої помилки і невдачі). Рейтинг найбільш реалізованих параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту, на відміну від рейтингу *найважливіших* параметрів соціальної компетентності, значущо насичений параметрами з блоку «моральної соціальної компетентності», а саме: відповідальністю, мужністю, чесністю, вірністю даному слову, смиренністю-самокритичністю (рис. 3).

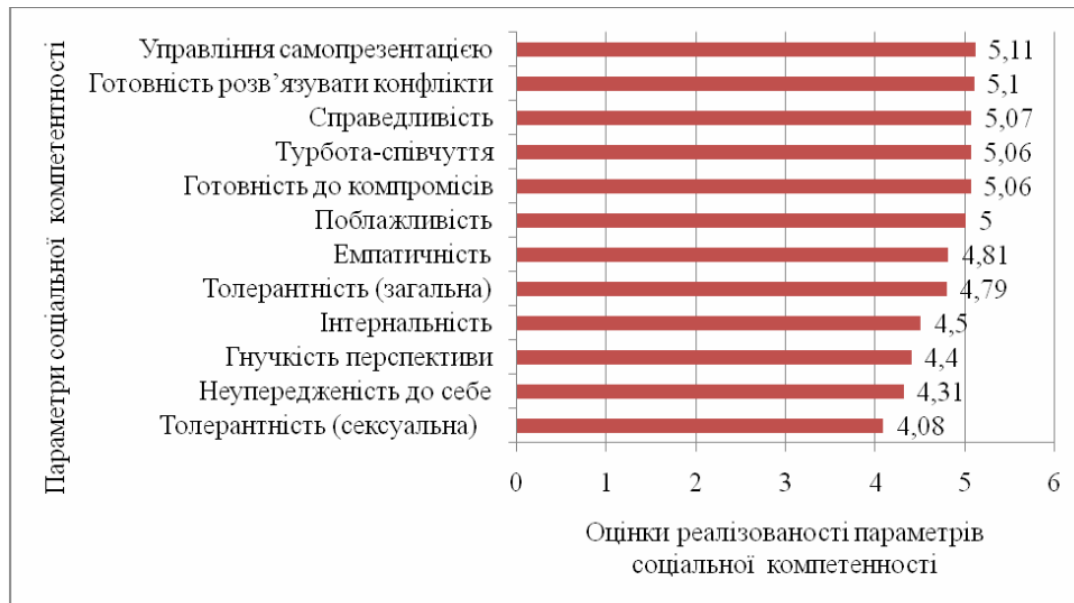


Рис. 3. Оцінки важливості параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту (рейтинг найменш важливих параметрів)

Найменш важливими параметрами соціальної компетентності, з погляду майбутніх фахівців водного транспорту, є: поблажливість (здатність пробачити іншим людям їх помилки), загальна толерантність, самоусвідомлення (здатність усвідомлювати свої бажання, почуття, думки, вчинки), аналітична соціальна перцепція, цілісність/автентичність (здатність чинити відповідно до своїх принципів, цінностей і переконань), управління самопрезентацією (здатність справляти на людей позитивне та бажане враження), турбота/співчуття (здатність активно дбати про інших людей), неупередженість до себе (здатність пробачити собі свої помилки), інтернальність (переконання, що успіхи й невдачі в спілкуванні та взаємодії з іншими людьми залежать від самого суб'єкта спілкування та взаємодії), гнучкість перспективи (здатність ставити себе на місце іншої людини й дивитись на світ з її точки зору), толерантність щодо сексуальної орієнтації інших людей, емпатичність (здатність співпереживати іншій людині).

На погляд майбутніх фахівців водного транспорту, найменш притаманні їм, або ж реалізовані ними, є такі параметри соціальної компетентності: управління самопрезентацією, готовність розв'язувати конфлікти (здатність не уникати конфліктів, а шукати шляхи їх вирішення), справедливості (здатність нести відповідальність за інших людей), готовність до компромісів (здатність у конфліктній ситуації йти на взаємні поступки), турбота-співчуття (здатність активно дбати про інших людей), поблажливість, емпатичність, толерантність (загальна), інтернальність, гнучкість перспективи, неупередженість до себе, толерантність щодо сексуальної орієнтації інших людей (рис. 4). Акцентуємо низьку самооцінку конфліктної та емоційно-інтелектуальної компетентності як аспекти, що мають стосунок до блоку параметрів «комунікативно-інтерактивної» компетентності.

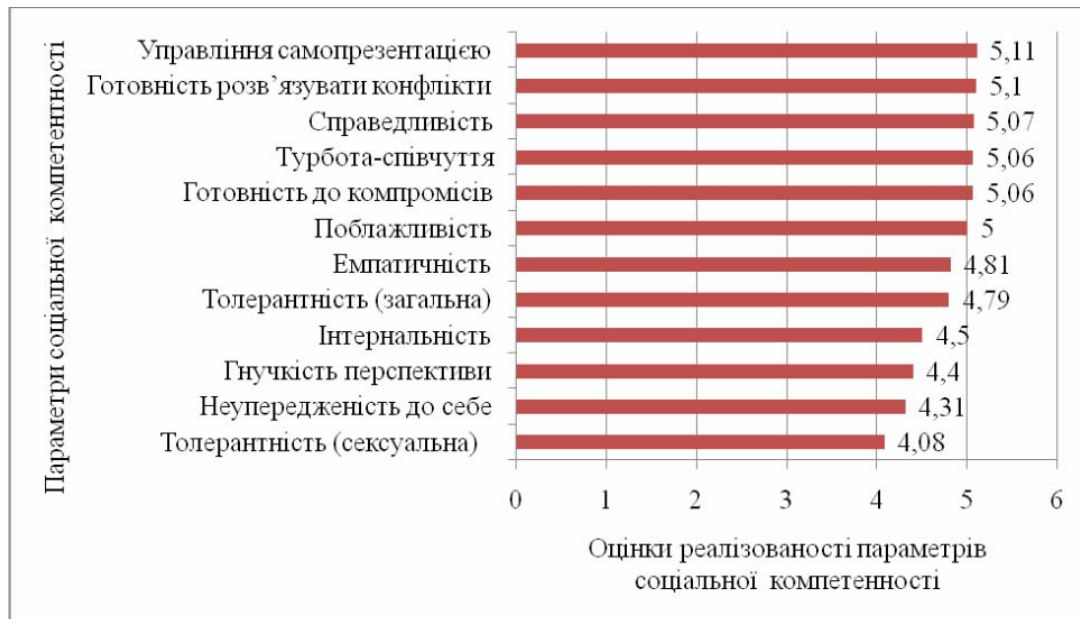


Рис. 4. Оцінки реалізованості параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту (рейтинг найменш реалізованих параметрів)

Порівняльний аналіз (за критерієм Манна-Уїтні) оцінок важливості та реалізованості параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту виявив значущі відмінності між цими оцінками залежно від віку респондентів, типу помешкання (гуртожиток/окрема квартира), форми навчання (контрактна/за державним замовленням) наявності в родині осіб, які мають морську професію, тощо. Опис та інтерпретацію встановлених значущих відмінностей буде подано в окремій публікації.

Особливий інтерес становлять значущі відмінності між оцінками важливості та реалізованості параметрів соціальної компетентності у студентів і професіоналів. Виявлено, що студенти статистично значущо вище, ніж професіонали, оцінюють важливість екстравертності (здатності легко зближуватися з іншими людьми й зав'язувати з ними контакти), расової та національної толерантності, а професіонали значущо вище оцінюють важливість у виробничому контексті вірності слову (виконання обіцяного), активної турботи про інших людей, інтернальності. Встановлено також, що студенти значущо вище, ніж професіонали, оцінюють власну асертивність, рішучість, аналітичну соціальну перцепцію, расову та національну толерантність, а професіонали значущо вище, ніж студенти, оцінюють свою відповідальність.

Висновки. Більшість опрацьованих нами матеріалів дослідження соціальної компетентності фахівців дає змогу зробити висновок, що ідеться про здібності, насамперед когнітивні й мотиваційні, які тією чи іншою мірою усвідомлюються і їх носієм (виконавцем), і замовником певного завдання. З іншого боку, хоча саме операційні компетентності індивідів, набуті ними в системі освіти, становлять основу професійного середовища й організаційної системи, власне ієрархічні компетенції в межах професійних галузевих структур засвідчують соціальне призначення цієї діяльності

первісно внутрішньо вибудованими й фіксованими позиціями. Аналіз вказаних вище та інших досліджень останніх років, у яких пов'язують структуру, зміст, специфіку професійної діяльності фахівців водного транспорту з розвитком її соціальних аспектів, дає нам змогу стверджувати про значущість якомога ширшої системи знань про людину як індивіда, суб'єкта, особистості та індивідуальності у взаємодії з іншими індивідами, яка забезпечує його професійну ефективність у суб'єкт-суб'єктних відносинах. Важливими для нашого дослідження є пілотні дані про те, що:

- не тільки власний професійний розвиток, а й професійна галузева належність індивіда зумовлює структуру, функції та особливості його соціального розвитку;

- у процесі професійного розвитку фахівця, що здійснює діяльність у системах «людина-людина», процес набуття та опанування належних професійних компетенцій великою мірою визначається рівнем розуміння, оцінки, осмислення соціальних аспектів професійної взаємодії, навичок поведінки та спілкування.

Обрана нами модель дослідження соціального саморозвитку У. П. Канінга дає змогу враховувати впливи показників емоційної стабільності, просоціальності та ціннісного плюралізму особистості та значущість цих компонент для вивчення поведінкової сфери особистості через такі її якості, як відкритість, надійність, гнучкість дій, навичок спілкування, самоконтролю й поведінки в конфліктній ситуації. Разом з тим, згідно з виявленими взаємозалежностями, кожен окремий елемент цієї моделі функціонально корелює з рівнем моральної свідомості індивіда, в якій соціальна компетентність набуває й характеристик етичної категорії моралі, що дає змогу поетапно оцінити функцію соціальної компетентності, пов'язану з адресуванням вимог у соціальній системі комунікації за такими напрямками:

- аналіз ситуації щодо двох аспектів мотивації індивіда – власних цілей, які переслідуються в певній ситуації, і специфічних вимог соціального контексту;

- аналіз варіантів поведінки індивіда щодо вибору альтернативних рішень і їх використання в певній специфічній ситуації в контексті власного цілепокладання й вимог соціального середовища;

- аналіз реалізації передбачуваної поведінки шляхом використання навичок;

- аналіз здатності до самооцінки в діях, що призводять до зміни ситуації в контексті завдання досягнення власних цілей та соціальних вимог, здатності до ініціювання нового циклу поведінки.

Здійснене нами дослідження дає підстави зарахувати до переліку найважливіших параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту переважно параметри з блоків «директивність-субординативність», «диференційна толерантність», «комунікативно-інтерактивна компетентність». Рейтинг найбільш реалізованих параметрів соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту, на від-

міну від рейтингу найважливіших параметрів соціальної компетентності, значущо насичений параметрами з блоку «моральної соціальної компетентності». Водночас акцентується низька самооцінка майбутніми фахівцями водного транспорту конфліктної та емоційно-інтелектуальної компетентності як аспектів, що мають стосунок до блоку параметрів «комунікативно-інтерактивної» компетентності.

Особливий інтерес для подальшої роботи становлять виявлені значущі відмінності між оцінками важливості та реалізованості параметрів соціальної компетентності у студентів і професіоналів.

Список використаної літератури

1. Глебова Н. І. Засади дослідження соціокультурного феномену «Людина моря» в контексті соціологічних практик. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*. 2016. С. 54-67.
2. Глебова Н. І. Матеріали глибинних інтерв'ю і пошукового соціологічного дослідження за темою докторського дисертаційного дослідження «Методологічні засади формування соціальної компетентності фахівців водного транспорту України в умовах неперервної професійної освіти» (затверджено Вченою Радою Мелітопольського державного педагогічного університету (протокол № 5 від 2.12.2016).
3. Онищук В. М. Професійне становлення моряків в системі освітнього процесу. *Соціально-економічні, соціально-педагогічні та соціально-психологічні проблеми морської освіти* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (Керч, 14–16 червня 2012 р.) / Соціол. асоц. України. Керч ; Мелітополь : Колор Принт, 2012. С. 66–71.
4. Орлова М. Ю., Калита В. В., Герасимова И. В., Павловський В. В. От традиций профессиографирования к модели специалиста морского флота. *Вестник Гуманитарного института МГУ*. Владивосток, 2003. Вып. 4.
5. Сокол І. В. Формування професійної компетентності судноводіїв у процесі вивчення фахових дисциплін : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Херсон, 2011. 265 с.
6. Тирон О. М. Психолого-педагогічні основи формування іншомовної компетентності майбутніх моряків : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2016. 284 с.
7. Черненко Н. І. Педагогічні умови реалізації андрагогічного підходу у професійній підготовці робітників морського транспорту : дис. ... канд. пед. : 13.00.04. Херсон, 2016.
8. DuBois D. L., Felner R. D. The quadripartite model of social competence. / M. A. Reinecke, F. M. Dattilio, A. Freeman (eds.). New York : Guilford, 1996. P. 124–152.
9. Hertwig R., Hoffrage U. (Ed.). Simple heuristics: the foundations of adaptive social behavior. New York : Oxford University Press, 2013.
10. Hinsch R., Pfingsten U. Gruppentraining sozialer Kompetenzen (GSK): Grundlagen, Durchführung, Materialien. Weinheim : Beltz, 2007.
11. Hubert Knoblauch. Von der Kompetenz zur Performanz. Wissenssoziologische Aspekte der Kompetenz / Soziologie der Kompetenz. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Wiesbaden) 2010. 294 Seiten. P. 237–255.
12. Jordan P. J., Murray J. P., Lawrence S. A. The application of emotional intelligence in industrial and organizational psychology. *Assessing Emotional Intelligence: Theory, research, and applications* / C. Stough, D. H. Saklofske, J. D. A. Parker (eds.). New York : Springer, 2009. P. 171–190.
13. Kanning U. P. Soziale Kompetenz: Definition, Strukturen und Prozesse. *Zeitschrift fbr Psychologie*. 2002. Vol. 210. S. 154–163.
14. Kanning U. P. Soziale Kompetenzen: Entstehung, Diagnose und Forderung. Gottingen Hogrefe, 2005.
15. Kanning U. P. Diagnostik sozialer Kompetenzen (2. bberarb. Aufl.). Guttingen : Hogrefe, 2009.

16. Kanning U. P., Bergmann N., Eble V., Gflrtner S. Bedeutung sozialer Kompetenzen des Ser- vicepersonals fbr die Kundenzufriedenheit in drei verschiedenen Branchen. *Wirtschaftspsy-chologie*. 2009. Vol. 11. S. 52–58.
17. Kanning U. P. Wenn Manger auf Bflume klettern: Mythen der Personalentwicklung. Lengerich : Pabst, 2013.
18. Kanning U. P., Horenburg M. Social Competence – an Overview of Contemporary Research and Practice. *Вісник Одеського національного університету. Психологія*. 2014. Т. 19. Вип. 2. С. 141–153.
19. Lennick, D., and Kiel, F., Moral Intelligence: Enhancing Business Performance and Leadership Success. Wharton School Publishing. Wharton School Pub., 2005. 256 p.
20. Reschke K. Soziale Kompetenz entwickeln – Ressourcen entdecken helfen. Interventive Forschung auf der Basis des Kompetenzmodells von Vorweg & Schru,der (1980) /In J. Mar- graf, K. Rudolf (Hrsg.) *Training sozialer Kompetenz*. Baltmannsweiler : Ruttger-Sch-neider, 1995. S. 205–228.
21. Riggio R. E. Emotional intelligence and interpersonal competencies. *Self-management and leadership development* / M. G. Rithstein, R. J. Burke (eds.). Northampton, MA : Edward Elgar Publishing, 2010. P. 160–182.
22. Schmidt J. U. Psychologische Meßverfahren fbr soziale Kompetenzen /In B. Seyfried (Hrsg.). *Stolperstein Sozialkompetenz. Was macht es so schwierig sie zu erfassen, zu fu,rdern und zu beurteilen? Berichte zur Beruflichen Bildung*. Bielefeld : Bertelsmann, 1995. Bd. 179. S. 117–135.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Глебова Н. И. Социальная компетентность будущих специалистов водного транспорта в социологическом измерении

В статье рассмотрены имеющиеся в научном обороте методологические разработки по исследованию социальной компетентности в перцептивно-когнитивном, мотивационно-эмоциональном и поведенческом ракурсах. Анализируются современные социально-психологические подходы к осмыслению социальных аспектов профессионального взаимодействия, навыков поведения и общения через призму категории «социальная компетентность», обосновывается необходимость их комплексного сочетания в исследовании социальной компетентности отраслевых специалистов. Предлагается модель социологического исследования социальной компетентности как целостной структуры и апробация комплексной методики измерения идентификационных признаков социальной компетентности личности на примере исследований специалистов водного транспорта.

Ключевые слова: социальная компетентность, методы социологического исследования, социальные качества субъекта, идентификационные признаки, отраслевая социология, специалисты водного транспорта.

Hlebova N. Social Competence of Future Specialists of Water Transport in sociological dimensions

The work deals with the available in the scientific circulation methodological treatments of investigating the social competency in the perceptive and cognitive, motivational and emotional as well as behavioural foreshortenings. Some modern social and psychological approaches to comprehending the social aspects of professional coordination, skills of behaviour and communication in the light of the category of «social competency» are analysed. The necessity of their complex combination in researching the social competency of branch specialists with distinguishing the content and procedural (intercultural, strategical and cognitive aspects), motivational and purpose-oriented as well as moral and social components of the structure of investigating the future sailor's professional socialization is proved. The necessity of adding the «communicative and interactive competency» model of researching the parameters of the social competency (according to U. P. Cunning) to the

general structure of investigating the social competency of marine transport specialists is ascertained. The enumeration of the most important parameters of the social competency of future water transport experts in the composition of the structural blocks of the research of «directiveness-subordinativeness», «differential tolerance» and «communicative and interactive competency» is distinguished. The necessity of using the block of elements of «directiveness-subordinativeness», consisting of two elements: directiveness – the ability to realize professional commanding authorities and subordinativeness – the ability to perform subordinate (dependent) social and professional roles, caused by a great and traditional role of administering and standardizing in the work of water transport specialists, is grounded. The introduction to the social competency structure the block of elements of «differential tolerance» taking into consideration a mixed, polycultural, multicultural, interracial, many-confessional and, as a rule, chiefly unisexual (male) structure of ship's companies and the block of the «moral competency» elements in connection with increasing the significance of ethic and corporative standards in modern high-technology business relations is approved. The rating of the most realized parameters of the social competency of future water transport specialists is uncovered, the connection of the emotional and intellectual competency as a component of the block of parameters of the «communicative and interactive» competency with significant differences between the assessments of importance and implementation of the social competency parameters in students and professionals is determined. Some directions of a further research in the social competency of future water transport experts, connected with branch standardizing the system of social and professional communication in the context of professional personality's aim makings and requirements of the social environment, are substantiated.

Key words: social competency, sociological research methods, social qualities of a subject, identifying characteristics, branch sociology, water transport specialists.

УДК 316.1(477)-054.73

А. А. ГОЦЬ

ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ

Проведено теоретичний аналіз поняття внутрішньо переміщених осіб в Україні, розкрито основні підходи до інтерпретації поняття. Проаналізовано відмінність між поняттями «внутрішньо переміщена особа», «мігрант» та «біженець»; встановлено, що вони різняться та не можуть бути ототожненими. Розкрито типологію переміщених осіб усередині країни за терміном перебування громадянина та мети перебування. Окреслено основні проблеми, з якими стикаються внутрішньо переміщені особи на території, підконтрольній українській владі.

Ключові слова: переміщені особи, внутрішньо переміщені особи, мігрант, біженець, гібридна війна, Донбас.

Війна, яка охопила частину України в 2014 р., спровокувала появу великої кількості питань та суперечностей у суспільстві. Країна зіткнулася з новим феноменом, що раніше не був їй знайомий, це «нова війна», або «гібридна війна», її важко порівняти з тими, які були в минулих століттях, процес глобалізації неабияким чином впливає на ситуацію. Це війна, яка стала цікава певній групі людей, які підтримують її продовження або не роблять нічого для її завершення. Український досвід показав, що в сучасному світі на напівпериферії світової капіталістичної системи сформувалися сили, які за будь-яку ціну прагнуть зламати нинішній світовий порядок [1]. Нова війна має на меті контроль за населенням, залякування, мобілізує політику екстремізму [2], через що маємо велику кількість біженців та переміщених осіб. Ця категорія населення є найбільш вразливою, бо зіткнулася з певним колом проблем у міських громадах, що їх приймають. На сьогодні вкрай актуальним є розгляд теоретичного аналізу внутрішньо переміщених осіб (далі – ВПО) у науковому дискурсі, його концептуалізація.

Метою статті є соціологічний аналіз такої категорії населення, як внутрішньо переміщені особи, окреслення їх основних проблем в умовах гібридної війни на Донбасі.

Потреби та проблеми ВПО в різних країнах світу висвітлено в працях Е. Ліндгрена [3] та ін. Серед сучасних вітчизняних учених дуже активно досліджують проблему внутрішньо переміщених осіб О. Балакірева, Т. Доронюк, О. Злобіна, О. Міхеєва, Ю. Муромцева, У. Садова, В. Середа, Т. Старинська та ін.

Переміщені особи – переміщені, силоміць виселені або за розпорядженням влади переселені люди, яким загрожують військові дії або стихійні лиха, як-от: землетруси, повінь, аварія тощо. Вирізняються дві категорії переміщених осіб: ті, які були вимушені залишити країни походження або місце постійного мешкання, перетнули державний кордон та опинили-

ся в становищі, подібному до становища біженців, але залишилися під захистом свого уряду, та ті, котрі, хоча й залишилися у кордонах своїх країн, були вимушені залишити місця свого постійного мешкання або припинити звичайну економічну діяльність через те, що їхнє життя, безпека або свобода опинилися під загрозою внаслідок насильства, збройного конфлікту або внутрішнього безладдя [4]. Цю категорію населення називають внутрішньо переміщеними особами.

Внутрішньо переміщеною особою, згідно з українським законодавством, є громадянин України, іноземець або особа без громадянства, яка перебуває на території України на законних підставах та має право на постійне проживання в Україні, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру [5].

Загалом поняття «internally displaced persons» (IDP) – «внутрішньо переміщені особи», яке сьогодні є загальновизнаним, стали використовувати тільки впродовж останнього десятиліття XX ст., коли міжнародне співтовариство вперше звернулося до цієї проблеми. Після Другої світової війни на міжнародному рівні було зроблено спробу створити законодавчі механізми захисту осіб, які, рятуючись від переслідувань, перетинали державні кордони [6]. У цей час термін «переміщена особа» почали широко використовувати, оскільки близько 10 млн осіб було залучено до примусової праці або ж вислано з країн звичного місця проживання за расовими, релігійними або політичними міркуваннями [7].

Введення цього терміна в науковий обіг Е. Дж. Джаффе приписав відомому російсько-американському демографу Є. Кулішеру, який уперше використав його у своїй праці «Переміщення населення в Європі» щодо осіб, які в результаті Другої світової війни змушені були змінити своє передвоєнне місце проживання [8, с. 187].

Уперше в Україні масове явище внутрішньо переміщених осіб з'явилося у зв'язку з аварією на Чорнобильській атомній електростанції. Унаслідок радіоактивного забруднення території близько 200 тис. осіб були вимушені змінити місце постійного проживання, оскільки більшість території колишнього Чорнобильського району відійшли до зони відчуження [9].

Ситуація з переміщеними особами з Донбасу дещо різниться в тому, що люди переїжджали самостійно, без наказів влади, втікаючи від бойових дій, та їх кількість значно перевищує кількість переміщених осіб унаслідок Чорнобильської аварії. Станом на 22 січня 2018 р. взято на облік 1 498 251 переселенця з Донбасу та АР Крим [10]. Офіційно термін «внутрішньо переміщена особа» було рецепійовано та закріплено законодавцями в національному праві тільки 20 жовтня 2014 р. [5].

У публічному дискурсі часто виникають неточності з визначенням цієї категорії населення, їх називають біженцями чи мігрантами. Тут по-

трібно концептуалізувати. Так, біженець – це особа, що перебуває за межами країни громадянської належності внаслідок цілком обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, громадянства, належності до певної соціальної групи або політичних переконань і яка не може або не бажає користуватися захистом цієї країни або повернутися до неї внаслідок побоювань стати жертвою переслідувань; або, не маючи певного громадянства й перебуваючи за межами країни свого колишнього місця проживання в результаті подібних подій, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок таких побоювань [11]. Основними елементами визначення терміна «біженець» є відсутність громадянства країни, яка надала притулок, тобто відрізняються від ВПО тим, що біженці перетинають державний кордон.

Під мігрантом ми розуміємо особу, яка за власним бажанням змінює місце свого проживання, перетинаючи кордон або ні. Внутрішньо переміщені особи здійснюють переміщення в межах своєї країни, їх рух вимушений та має суттєву відмінність від міграції як такої, коли людина сама приймає таке рішення, маючи позитивні мотиви. В останньому випадку матеріальне становище покращується в особи або статус соціальний зростає за соціальними сходами, у випадку ВПО ситуація протилежною може бути: людина, втративши все, може починати життя спочатку, це стосується й матеріальних статків, і соціального капіталу. Питання адаптації стають головними в житті людини, це, перш за все, житло, працевлаштування, оформлення документів тощо.

Тобто інтеграція в новий соціальний простір є головною проблемою ВПО. Це й відрізняє переміщених осіб від інших соціальних груп у суспільстві. Члени соціальної групи повинні мати спільну діяльність, спільні групові установки та орієнтації, спільний простір існування тощо, а внаслідок військових дій на Донбасі сформувалася група, яка об'єднана втраченою спільною простору життя. При цьому її формування мало стрімкий і невпорядкований характер, однак мірою стабілізації ситуації в країні виникло величезне нове утворення розпорошених територіально, але об'єднаних ментально й статусно людей [12]. У суспільстві часто сприймають ВПО як тих, хто повинен не інтегрувати в новому для них просторі, а повернутися додому при першій можливості, на що вказують дані дослідження, проведеного Центром «Соціальний моніторинг» спільно з Українським інститутом соціальних досліджень ім. О. Яременка [13] у 2014 р.: 81 % опитаних вказали, що переселені мають повернутися до місця постійного проживання, як тільки це стане можливо [12, с. 162].

За результатами соціологічних досліджень, проведених з метою виявлення проблем внутрішньо переміщених осіб, виділяють найголовніші з них, зокрема наявність житла. Багато хто готовий асимілюватися в Україні, проте через неможливість законного продажу майна на непідконтрольній території не має коштів для купівлі нового житла, бо почали життя спочатку та платять значні кошти за винаймання приміщень для проживання, що,

у свою чергу, істотно подорожчало через попит порівняно з довоєнними часами. Особливо гостро питання житла стоїть у містах Луганської та Донецької областей, які раніше не мали такого попиту й відповідно не задовольняють потреб усіх бажаючих. Зазвичай ВПО доводиться мешкати в гуртожитках або квартирах з набагато гіршими умовами, ніж у їх домівках на окупованій території.

Дискримінація є ще однією проблемою. Велика кількість груп скаржилися на те, що відчувають дискримінацію на всіх рівнях: при пошуку житла ВПО стикаються із ситуаціями, коли орендодавці не бажають здавати їм житло; при пошуку роботи роботодавці не бажають брати ВПО, яких вважають «нестабільними»; особи, що подають заяви на соціальну допомогу, часто чують зауваження про те, що «держава витрачає надто багато коштів на переселенців», та звинувачення в тому, що ВПО «користуються ситуацією»; діти в школах чують негативні коментарі від однокласників. Таке ставлення впливає на емоційний стан людей і погіршує їхню здатність до інтеграції [14, с. 6].

Якщо порівняти з іншими країнами, то в Україні ще є недосконалим правове забезпечення переміщених осіб усередині країни. Наприклад, у Грузії, яка зіткнулася із цією проблемою в 1992 р., коли почалася війна, ВПО мають право брати участь у виборах, в Україні такої практики поки що нема, тому існує певна дискримінація [15].

Щодо типології ВПО, то тут можна виділити, перш за все, переміщених осіб, які дійсно змінили місце проживання, постійно мешкають на підконтрольній території України, а також осіб, які здійснюють маятникову міграцію на підконтрольну українській владі територію на незначний термін для отримання соціальних виплат, відвідування родичів, здійснення закупівель тощо. Для емпіричних досліджень важливо розрізняти ці категорії населення, бо проблеми та погляди будуть різнитися в них. Найбільш зручним, а тому й «популярним», місцем для реєстрації ВПО з Донбасу є підконтрольні Україні частина Донецької й Луганської (497 178 осіб та 219 336 офіційно зареєстрованих ВПО відповідно) областей [16], через те, що люди часто не залишають остаточно своїх будинків та рідних, а лише перетинають кордон для владнання своїх потреб. Також багато закладів було евакуйовано в підконтрольні міста Луганської та Донецької області. Тому в цих областях є маса проблем із соціальними службами для отримання допомоги через черги, людський фактор тощо.

Висновки. На сьогодні внутрішньо переміщені особи є в Україні вразливою категорією населення, як з боку законодавства, так і з боку суспільства загалом. Ця категорія населення потребує підтримки стосовно доступного житла, працевлаштування. Ярлики, які навішують на ВПО, ускладнюють їх інтеграцію в просторі, через що люди зазнають дискримінаційних проявів з боку громади, яка приймає. Теоретичний аналіз цього поняття свідчить, що проблеми, з якими стикаються ВПО, потребують вивчення сьогодні, коли громадяни окупованої території перебувають у невизначеному стані. У

ході дослідження обґрунтовано, що поняття «внутрішньо переміщена особа» відрізняється від понять «біженець» та «мігрант».

Список використаної літератури

1. Кононов І. Ф. Луганський синдром як масова аномічна реакція на розгортання гібридної війни. *Гібридна війна на Сході України в міждисциплінарному вимірі: витоки, реалії, перспективи реінтеграції*: зб. наук. пр. / за заг. ред. ред. В. С. Курило, С. В. Савченко, О. Л. Караман. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2017. 432 с.
2. Калдор М. Новые и старые войны: организованное насилие в глобальную эпоху / пер. с англ. А. Апполонова, М. Дондуковского ; ред. перевода А. Смирнов, В. Софронов. Москва : Изд-во Института Гайдара, 2015. 416 с.
3. Lindgren E. R. The Internally Displaced People of Colombia. Goteborgs Universitet, 2013. 65 p.
4. Переміщені особи. *Bikinedia*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Переміщені_особи (дата звернення: 21.09.2017)
5. Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» від 19 грудня 2017 р. № 2249-VIII. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/-link1/t141706.html (дата звернення: 11.01.2017)
6. Грабар Н. Адміністративно-правовий статус біженців в Україні : монографія. Львів, 2008. 243 с
7. Малиха М. І. До проблеми сутності поняття «внутрішньо переміщені особи»: державна політика та регіональна практика. *Грані*. 2015. № 8 (124). С. 6–11.
8. Jaffe A. J. Notes on the Population Theory of Eugene M. Kulischer. *The Milbank Memorial Fund Quarterly*. 1962. Vol. 40. № 2. P. 187–206.
9. Лушпінєнко Ю. Конституційно-правовий статус біженців та внутрішньо переміщених осіб в Україні. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/2/37.pdf> (дата звернення: 21.09.2017)
10. Дані Міністерства соціальної політики України. URL: <http://www.msp.gov.ua/news/14662.html> (дата звернення: 21.09.2017)
- 11 Конвенція про статус біженців (Офіційний переклад). URL: <http://unhcr.org.ua/img/uploads/docs/Convention-UA.pdf> (дата звернення: 21.09.2017)
12. Злобіна О. Г. Групи породжені кризою, як об'єкт соціологічного дослідження: можливості та обмеження дослідницьких методів. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2016. № 5 (302). С. 151–162.
13. Ставлення до переселенців і волонтерської діяльності. *ГО «Соціальний моніторинг» Інституту соціальних досліджень ім. Яременка, 2014 р.* URL: <http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/Settlers%20and%20volunteering.pdf> (дата звернення: 21.09.2017)
14. Звіт про спільну оцінку потреб внутрішньо переміщених осіб (ВПО) м. Київ та Київська область, Україна / Управління Верховного комісара ООН у справах біженців в Україні. URL: http://unhcr.org.ua/attachments/article/1527/2015_PA_Kyiv_Ukr.pdf
15. Соколова А. Права переселенцев: опыт Грузии. URL: <http://www.mediaport.ua/prava-pereselencev-opyt-gruzii> (дата звернення: 21.09.2017)
16. Гоць А. А. Ринок освітніх послуг: проблеми функціонування в Україні. *Economy and education: modern tendencies*. Opole, 2017. С. 128–133.

Стаття надійшла до редакції 26.11.2017.

Гоц А. А. Внутренне перемещенные лица в Украине как объект социологического анализа

Проведен теоретический анализ понятия внутренне перемещенных лиц в Украине, раскрыты основные подходы к интерпретации понятия. Проанализированы различия между понятиями «внутренне перемещенное лицо», «мигрант» и «беженец»; установлено, что они различаются и не могут быть отождествлены. Раскрыта ти-

пология перемещенных лиц внутри страны относительно срока пребывания гражданина и цели пребывания. Определены основные проблемы, с которыми сталкиваются внутренне перемещенные лица на территории, подконтрольной украинской власти.

Ключевые слова: перемещенные лица, внутренне перемещенные лица, мигрант, беженец, гибридная война, Донбасс.

Hots A. Internally Displaced Persons in Ukraine as an Object of Sociological Analysis

A sociological analysis of the concept of internally mixed persons in Ukraine was conducted, the main approaches to the interpretation of the concept were revealed. The difference between the concepts of «internally displaced person», «migrant» and «refugee» is analyzed, it is established that they are different and can not be identified. The main difference is that an internally displaced person does not cross the border and its displacement has a forced character. Internally displaced persons are a specific target group for the implementation of migration policy, which is characterized by heterogeneous characteristics, determined by special needs, personal characteristics and environmental influences.

The typology of internally displaced persons within the country as regards the time of the arrival of a citizen and the purpose of the occupation are revealed. Regarding the typology of IDP, it is possible to distinguish, first of all, displaced persons who have actually changed their place of residence, permanently reside in the controlled territory of Ukraine, as well as those who carry out pendulum migration to the territory controlled by the Ukrainian authorities for a short period of time to receive social benefits, visits to relatives, etc.

It has been shown that despite the fact that internally displaced persons are not a new phenomenon for our state, however, Ukraine has faced this for the first time on such a scale, therefore the question of a comprehensive legislative regulation of the legal status of this category of persons with special legal status on the territory of Ukraine gained a public resonance only in light events of recent years.

The main problems faced by internally displaced persons in the territory under the control of the Ukrainian authorities are outlined. This category of people needs support regarding affordable housing, employment. Shortcuts that hang on HBO complicate their integration in space, which causes people to be discriminated against by the host community. Local people perceive HPE as the one who returns home at the earliest opportunity. It is shown that integration into the new social space is the main problem of IDP. This distinguishes displaced persons from other social groups in society. Members of the social group should have joint activities, joint group facilities and orientations, common space of existence, etc., and as a result of military operations in the Donbass, a group formed, which is united by the loss of a common space of life. At the same time, its formation was rather rapid and disorderly, however, as the situation stabilized in the country, a huge new formation of dispersed territorially, but united mentally and statusally people arose.

The emergence of IDP is a challenge for Ukraine and its social policy, social services system and social workers, because the system of social support in place in the country did not provide for work with such a group of clients, and specialists were not trained for it, they did not have the proper methodological tools for work.

Key words: displaced persons, internally displaced persons, migrant, refugee, hybrid war, Donbass.

УДК 316

І. О. ЗУГРАВИЙ

СЕКСУАЛЬНІ ЦІННОСТІ ЯК ФОРМА СТАБІЛЬНОСТІ СУЧАСНОЇ СІМ'Ї

У статті проаналізовано ряд характерних процесів, що відбувалися й відбуваються досі в незалежній Україні в межах інституту сім'ї. Порушено питання щодо кількості незареєстрованих шлюбів і ставлення суспільства до них на територіях України та Європи. На матеріалах, наданих Державною службою статистики України, проведено порівняння та обробку основних і важливих показників щодо інституту сім'ї, а саме: кількість народжених дітей; відсоток народження дітей жінками, які не перебувають у зареєстрованому шлюбі; кількість зареєстрованих шлюбів; кількість зареєстрованих розлучень, абортів. На основі ретельного вивчення вищевказаних показників відображено їх трансформацію, отримані дані цілком відображають стан українського інституту сім'ї загалом.

Ключові слова: сім'я, цінність, секс, статеві відносини, незареєстрований шлюб, розлучення, аборт.

Досліджуючи сім'ю як соціальний інститут або малу соціальну групу, не можна не відзначити тих змін, яких зазнала сім'я. Стан сім'ї є водночас як наслідком, так і причиною цілого ряду процесів, що відбуваються в сучасному суспільстві. Зміни, які відбуваються в наші дні в сексуальній поведінці й моралі, часто називають відголосками сексуальної революції. У західному світі одні дослідники визначають прояви цієї революції ще на початку ХХ ст., інші говорять, що вона відбулася у 60-х рр. ХХ ст. В Україні її притягують до часів перебудови, другої половини 1980-х рр. Визначають цю революцію як процес і результат докорінних змін у статевому житті суспільства, характерні зміни сексуальних цінностей, орієнтацій, норм, санкцій та сексуальних відносин, свободу індивіда й суспільства, послаблення суспільних морально-релігійних норм у забороні сексу поза шлюбом, цнотливості. Сім'я не тільки відчуває на собі потужний вплив факторів, а сама ці фактори визначає й відтворює. Усі ці зміни привели до змін соціальному інституті сім'ї. Важко визнати ці трансформації традиційних норм як різку зміну цінностей, адже цей процес відбувається вже протягом цілого століття, скоріш за все, це поспішний темп еволюційного процесу. Революція вплинула на одну дуже важливу функцію сім'ї – репродуктивну, метою було відокремлення сексу від народження дитини. Важливо дослідити, як ці зміни пов'язані зі змінами в системі ролевих відносин, демографічній ситуації, становищі жінок, молоді, дітей і функцій інституту сім'ї.

Упродовж років незалежності України в інституті сім'ї відбулися значні зміни як на побутовому рівні, так і на законодавчому. Жінки стали більш незалежними в економічному плані, що в економічно орієнтовному суспільстві привело до значних позитивних наслідків. Функції чоловіка та

дружини стали більш симетричними. Але про повну паритетність говорити ще зарано.

Набуває поширення тенденція незареєстрованих шлюбів, але це явище в суспільстві має негативне забарвлення на пострадянському просторі. Звертаючись до історії, зауважимо, що такі шлюби завжди існували, тому що ситуації, які складаються в суспільстві, не завжди відповідали типовим юридичним чи моральним нормам.

Якщо проаналізувати результати лонгitudного дослідження Українського інституту соціальних досліджень імені Олександра Яременко «Молода сім'я України 90-х», проведеного під керівництвом Ю. М. Якубової, можна зробити висновок, що вже в 1994 р. тільки 4 % як чоловіків, так і жінок мали різке негативне ставлення до дошлюбних сексуальних відносин, більше ніж 80 % допускали наявність сексуальних відносин. Варто зазначити, що з опитаних кожний 5 чоловік вважає, що ці зв'язки є необхідними для здоров'я й гарного самопочуття, про сім'ю тут не йдеться, у жінок цей показник у 2 рази менше, що може свідчити про те, що цнотливість дівчини є важливим показником для оточення, і декілька століть мало вагому цінності для її статусу. Місце проживання пар, які підтвердили дошлюбні сексуальні відносини із шлюбним партнером, сильно відрізняється. Так, у місті Києві 93 % підтвердили, що мали такі відносини; у великому місті – 89 %; в обласному центрі та малому місті – 79 % і в селі – 71 % [5, с. 81]. Але є ще дані про те, що на Західній Україні цей показник ще нижчий. Автор статті «Сексуальна функція молоді української сім'ї: соціологічний аспект» Т. Медіна, стверджує, що на ці показники впливає урбанізація.

На нашу думку, це пов'язано з тим, що мешканці Західної України більш набожні, більше поважають українські традиції та норми. Не варто забувати, що саме Західна Україна є носієм української культури загалом. Україна належить до християнських країн, у яких панують гілки православ'я та католицизму, і вони не є прихильниками модернізації та урбанізації. Щодо сільської місцевості та відповідного показника, то можна пов'язати це з тим, що через невелику кількість жителів усі знають одне одного й переймаються думкою оточення.

У ході Європейських порівняльних досліджень виявлено, що більше ніж половина українців не схвалюють незареєстрованих шлюбів, а також українці нетолерантно ставляться до цього явища, ніж мешканці інших європейських країн. Населення європейських країн з розвиненою соціально орієнтованою державною політикою вже прийняло в свою ціннісно-нормативну структуру цей вид шлюбу як один з найпоширеніших. Україна ще у 2002 р. прийняла сімейний кодекс, яким визнала в третій статті існування цивільного шлюбу на законодавчому рівні: «сім'ю складають особи, які спільно проживають, пов'язані спільним побутом, мають взаємні права та обов'язки» [6]. Кодекс також зазнає змін упродовж усього свого існування. Відбувається трансформація показника терпимості щодо незареєст-

рованого шлюбу, а із цим і показника терпимості щодо народження дитини поза шлюбом. Консенсуальний, або цивільний, шлюб поширений як у Європі, так і на території України. У країнах Євросоюзу тільки кожна четверта пара реєструє свої відносини. Якщо повернутися до України й звернутися до соціологічних досліджень, проведених під керівництвом Інституту соціології НАН України, то можна побачити такі показники незареєстрованих шлюбів (табл. 1) [7, с. 530].

Таблиця 1

Динаміка консенсуальних (незареєстрованих) шлюбів в Україні, %*

Сімейний стан	Роки									
	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Перебування у фактичному незареєстрованому шлюбі	4,9	5,8	4,3	5,4	7,3	6,8	7,3	7,5	7,3	6,2

Динаміка постійного зростання відсотка тих, хто належить до цього шлюбу, потрохи зростає, крім даних за 2016 р., одним з факторів, який може на це впливати, є низьке матеріальне становище. Але іноді партнери ставляться до такого шлюбу як до першої сходинок перед офіційним оформленням стосунків. А можливо, це є так звана «демоверсія» реального шлюбу.

У своєму дослідженні український науковець О. О. Чорний, виділяє такі причини збільшення кількості незареєстрованих шлюбів:

- 1) дедалі глибша суперечність між термінами статевої й соціальної зрілості;
- 2) житлові та матеріальні труднощі, з якими стикається зареєстроване подружжя;
- 3) більш лояльна структура соціальної відповідальності і мотивації співжиття порівняно із законним шлюбом;
- 4) відсутність процедури розлучення та матеріальної відповідальності в разі припинення відносин між партнерами [5, с. 82].

Однією з основних причин народження дітей поза шлюбом є неоформлення своїх відносин у державному закладі. У 2015 р. 84,8 тис. дітей народили матері, які не перебували в зареєстрованому шлюбі. Питома вага позашлюбних живонароджень у загальній кількості становила 20,6 % (табл. 2). При цьому частка таких народжень більша в сільській місцевості (сільська місцевість – 22,6 %, міські поселення – 19,5 %).

Таблиця 2

Народжуваність, шлюби та розлучення в Україні

Рік	Кількість народжених дітей, тис.	% дітей, народжених жінками, які не перебувають у зареєстрованому шлюбі, % до всіх новонароджених	Кількість зареєстрованих шлюбів, тис.	Кількість зареєстрованих розлучень, тис.
1990	657,2	11,2	482,8	192,8
1995	492,9	13,2	431,7	198,3
2000	385,1	17,3	274,5	197,3
2005	426,1	21,4	332,1	183,5
2006	460,4	21,1	355,0	179,1
2007	472,7	21,4	416,4	178,1
2008	510,6	20,9	322,0	166,8
2009	512,5	21,2	318,2	145,4
2010	497,7	21,9	305,9	126,1
2011	502,6	21,9	355,9	161,9
2012	520,7	21,4	278,3	149,8
2013	503,7	22,1	304,2	164,9
2014	465,9	21,1	294,9	130,6
2015	411,8	20,6	299,0	129,3
2016	397,0	20,1	229,5	130,0

Протягом 2015 р. в Україні зареєстровано 299,0 тис. шлюбів. Серед наречених 2,4 тис. жінок (0,8 %) не досягли 18-річного віку. Разом з тим зареєстровано 129,4 тис. розлучень. У 2016 р. зменшилась кількість незареєстрованих шлюбів, але разом з тим помітно скоротилася реєстрація шлюбу – 229,5 тис.

Право на шлюб мають особи, які досягли 18 років на день реєстрації шлюбу, в окремих випадках за рішенням суду з 16. Але ще треба відзначити, що сім'ю може створити особа, яка народила дитину, незалежно від віку [6].

З 1990-х рр. в Україні спостерігається зменшення кількості офіційно оформлюваних шлюбів (табл. 2) [3], хоча просте порівняння кількості зареєстрованих за рік шлюбів не є коректним (потрібно враховувати так звані демографічні хвилі).

Звертаючись до даних таблиці, ми можемо прослідкувати, що відсоток матерів, які не перебувають у шлюбі й народжують дитину, становить 20 %, а це кожна п'ята жінка, проти 11 % у 1990 р. Цей показник свідчить про зростання майже у 2 рази матерів одначок. Слід визнати, що збільшився відсоток тих жінок, які народжують дитину для себе й беруть на себе всю відповідальність.

Сім'я як соціальний інститут, у якого однією з основних функцій є репродуктивна, переходить від сім'ї дітоцентристської до сім'ї з плануванням народження дитини. Відкриття надійних засобів контрацепції відокремило сексуальну функцію від репродуктивної. Ще в 1972 р. німецькі вчені Г. Гібш і М. Форверг у своїй праці «Вступ до марксистської соціальної психології» писали про відокремлення сексуальної активності від біологічної мети продовження роду і може бути як самоціль [1, с. 105].

Видатний російський дослідник С. І. Голод у своїй праці «Соціолого-демографічний аналіз стану та еволюції сім'ї» посиляється на слова В. І. Переведенцева: «...у довоєнній Росії (маються на увазі Друга світова війна. – С. Г.) люди вважали, що вони живуть заради дітей, заради того, щоб їх було більше, щоб діти жили краще, ніж вони самі» [2].

Станом на 2000 р. в Україні середній розмір сімейного домогосподарства становив 2,76 особи (2,89 – на селі; 2,70 – у міських поселеннях). Зведене практично до мінімуму значення середньої величини сімейних домогосподарств, насамперед, є наслідком високих темпів нуклеаризації інституту сім'ї в Україні, процесу, що розпочався з 1960-х рр. Ця тенденція триває й посилюється нині за рахунок подальшого поширення одинокості та бездітності. Середній розмір домогосподарства у 2016 р. – загалом 2,58 (місто – 2,54; сільська місцевість – 2,67) [3]. Поступове скорочення населення призводить до демографічної кризи, великою проблемою стає також небажання молоді жити в сільській місцевості.

Людина – істота соціальна, тому, на думку німецьких дослідників, абсолютно необхідним стає те, що людині необхідно свідомо керувати сексуальними потягами відповідно до суспільних норм [1, с. 105–106]. Ця трансформація й відокремлення цих понять призводять до скорочення населення на території України. Однак численні соціологічні дослідження виявляють, що для народження дитини в українській сім'ї не вистачає нормального матеріального забезпечення, сім'ї б народили ще не одну дитину за наявності кращого матеріального стану.

Необхідно наголосити, що ранній початок статевого життя підлітків і дітей – загальносвітова тенденція. Результати соціологічних досліджень у США свідчать, що 70 % дівчат до закінчення школи мали статеві стосунки [5, с. 79]. Мала обізнаність та несвідоме ставлення до використання надійних методів контрацепції призводять до ранньої вагітності та поширення захворювань, які передаються статевим шляхом. Це вимагає негайної реакції від органів влади. В Україні протягом 2015 р. народилося 146 дітей у

матерів, яким ще не виповнилось 15 років, а в матерів віком 15 років – 498. Матері молодше 20 років становлять 6,0 % від загальної кількості [3].

Кількість абортів на території України значно зменшилась, щодо 90-х рр. XX ст., однак так звані «лідерами» в цій ситуації як були східні регіони й місто Київ, так і залишились. Це можна пояснити тим, що різні регіони України мають різне історичне минуле, економіка й релігія сильно впливають на цей показник. Порівняння кількості народжень і абортів ми відобразили на рис. 1 (графік побудований на підставі інформації, наданої Державною службою статистики України в статистичному збірнику «Діти, жінки та сім'я в Україні»).



Рис. 1. Порівняння кількості народжень і абортів

Щодо вікових груп, які робили аборти, можна зазначити таке. Найбільша кількість жінок, які роблять аборти, – віком від 18 до 34 років – 76,6 %; наступною віковою категорією за кількістю абортів є жінки віком за 35 і старші – 22,4 %; 15–17 років – 0,9 % і 0,1 % тих, хто робив аборт до 14 років включно.

Після народження першої дитини вдвоє скорочуються відсоток тих, хто не користується різними методами контрацепції. УВ селі 39 % не використовують методів контрацепції, що свідчить про відсутність планування дітонародження. Загалом молоді сім'ї після народження першої дитини починають вибирати більш надійні засоби контрацепції.

Якщо звернутися до історичного минулого, а саме до часів, коли Україна входила до складу країн СРСР, можна відзначити низький рівень культури сексуальних відносин і обізнаності щодо засобів контрацепції, заборону абортів, що в сукупності призвело до страшних наслідків. Аборти проводили незаконно, таємно, у поганих умовах, що спричиняло високу смертність матерів.

Зменшення кількості абортів у 4 рази – позитивне явище, яке не може не бути поміченим, але це, перш за все, завдяки тому, що були винайдені більш надійні засоби контрацепції, які набули поширення. Навіть у

цих умовах Україна все одно є лідером за кількістю абортів на території Європи.

Особливу тривогу викликають такі тенденції, що характеризують еволюцію інституту сім'ї в наш час:

- поширення малодітності та зростання однодітності;
- стійка тенденція до збільшення неповних сімей, які складаються переважно з матері й дітей (набагато рідше – батька й дітей) унаслідок підвищеної розлучуваності та безшлюбного материнства;
- тенденція до поступового поширення та урізноманітнення форм шлюбно-сімейних стосунків;
- поширення безшлюбної самотності та підвищення частки одинаків не лише в старшому, а й у молодшому шлюбному віці (унаслідок зубожіння, особливо відсутності житла для нової родини, підвищеної чоловічої смертності в середньому та старшому віці, поширених трудових міграцій).

На трансформацію показників інституту сім'ї вплинула сексуальна революція, лідерами якої були нові соціальні сили – молодь та жінки. Революція відповідала, перш за все, їх настроям. Для молоді бажання та насолода є важливішими, ніж норми. Зміни, які відбулись, більшою мірою вплинули на жінок і їх поведінку, ніж на чоловіків. Жінки стали більш незалежними в економічному стані, що є характерним для постіндустріального суспільства. Щодня все більше зростає терпимість жінок до «пробного браку», або так званого співжиття. Виявилось, що не обов'язково виходити заміж, щоб кохати й бути коханою. Дім став місцем, де кожен член сім'ї має можливість отримати емоційну підтримку. Чоловік і дружина відмовляються беззаперечно підпорядковувати власні інтереси інтересам дітей, сексуальні стосунки не зводяться до репродуктивної функції. Дедалі більше дослідників виділяють нову функцію сім'ї – сексуальну, яка має спільне з еросом, але ніяк не з народженням дитини.

Україна за роки незалежності перебуває у важкому соціально-економічному становищі, середня заробітна плата ледь забезпечує потреби лише однієї людини, практично неможливо для молоді купувати власне житло. За цієї ситуації молодому чоловікові простіше залишатися самотнім, ніж брати відповідальність за дружину й майбутніх дітей. Молодь вважає наявність сексуальних відносин нормою міжособистісних відносин. Подібна легковажність при виборі сексуального партнера повинна бути предметом уваги суспільства, тому що сучасний стан захворюваності недугами, які передаються статевим шляхом, є передусім молодіжною проблемою. Заходи держави та громадськості мають відносно формальний характер. Основними тенденціями, які властиві сучасній сексуальній поведінці, є рання сексуальна активність, зростання терпимості щодо позашлюбних відносин, сприйняття сексу як гаранту щасливої сім'ї.

В українців формується нова система цінностей і відносин, яка більш схильна до ліберальних та демократичних відносин між чоловіком і жінкою. Поширення незареєстрованих сімейних союзів з народженням дитини

поза шлюбом спричиняє виникнення нових соціальних проблем, які стосуються як чоловіків, так і жінок, що вступають у подібні стосунки. Досліджуючи зміни, які відбуваються в сім'ї, можна побачити як позитивні, так і негативні зміни, які були висвітлені в статті. Їх слід визнати важливими й такими, що потребують вивчення. Головними методами боротьби з негативними показниками мають бути належне виховання дітей і державна підтримка, націлена на запобігання негативним факторам.

Список використаної літератури

1. Гибш Г., Форверг М. Введение в марксистскую социальную психологию. Москва, 1972. 296 с.
2. Голод С. И. Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи. *Социологические исследования*. 2008. № 1. С. 40–49.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.11.2017).
4. Лавріненко Н. В. Інститут сім'ї в Україні: Напрямки трансформації. *Українське суспільство 1992–2015. Моніторинг соціальних змін* / за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2015. № 2 (16). С. 463–472.
5. Медіна Т. В. Сексуальна функція молодшої української сім'ї: соціологічний аспект. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2000. № 2. С. 78–90.
6. Сімейний кодекс України. 2002. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/-2947-14>.
7. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред. В. М. Ворона, М. О. Шульга. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2016. Вип. 3. 550 с.

Стаття надійшла до редакції 05.12.2017.

Зугравый И. А. Сексуальные ценности как форма стабильности современной семьи

В статье проанализирован ряд характерных процессов, происходивших и происходящих в независимой Украине в рамках института семьи. Рассмотрены важные вопросы: количество незарегистрированных браков и отношение общества к ним на территориях Украины и Европы. На материалах, предоставленных Государственной службой статистики Украины, проведено сравнение и обработка основных и важных показателей, которые происходят в рамках института семьи, а именно: количество рожденных детей; процент рожденных детей женщинами, не состоящими в зарегистрированном браке; количество зарегистрированных браков; количество зарегистрированных разводов, аборт. На основе тщательного изучения вышеуказанных показателей отражена их трансформация, данные, которые были получены, полностью отражают состояние украинского института семьи в целом.

Ключевые слова: семья, ценность, секс, незарегистрированный брак, разводы, аборт.

Zuhravyi I. Sexual Values as a Form of Modern Family's Stability

The given article is dedicated to consideration of sexual changes that happened in the institution of family and also the influence of these changes on families in general as on the main reproductive institutions.

In the article was analyzed a number of typical processes that happened and still happen in independent Ukraine within the framework of the institution of family. Special attention is paid to consideration of questions that led to fundamental changes in population's sexual life, its attitude to questions of chastity. The author considers and analyzes changes of sexual values of society, orientations, standards, sanctions, sexual relations and also a relaxation of social moral and religious standards in a sex prohibition before marriage.

The article presents the revealed and accurately considered changes in functions and roles of men and women. Huge attention is paid to consideration of a new function, viz. sexual that has nothing in common with the reproductive one. The questions about the amount of common-law marriages and an attitude of society to them in Ukraine and Europe are brought up. There is also an analysis of scientific researches of famous Ukrainian and foreign scientists in the article.

In the course of the research, a problem of influence of urbanization and religion on indices of sexual life was brightened. In the article the main reasons of increase of common-law marriages in modern society are considered and revealed. On the basis of the dynamic analysis that is observed today, it is investigated if these changes are just a sudden transformation or it is a quick rate of an evolutionary process that has been taking place during the whole existence of the institution of family.

Based on the materials given by the State Statistic Service of Ukraine, there was a comparison and a processing of the main indices that take place within the framework of the institution of family, viz: the number of newborns the per cent of unmarried women; the amount of marriages; the number of divorces and abortions. On the basis of the above-mentioned indices, was represented their transformation, the information fully represents conditions of Ukrainian institution of family.

In the article is also considered a problem of changing the average size of household both in rural and urban areas. The author paid attention to the demographical question and also analyzed modern Ukrainian problem as a one-child family or a total unwillingness of couples (families) to have children. In this direction the main consideration of reasons is given to intelligent attitude of Ukrainians towards precise family planning.

An important role in the article is given to abortions, their causes and consequences, and also some attention is emphasized on methods of contraception.

In conclusion, the author analyzes constant rapid decrease of the age when young people start their sexual life. In the article there are some views on unwillingness of young people to get married.

The author traces a process of forming a new system of values and relations that tends to liberal and democratic relations between men and women. A practical experience is generalized and a question about state family support and an influence of social politic on families is brightened.

Key words: family, value, sex, sexual life, common-law marriage, divorce, abortion.

УДК 353.8(477.61):070

К. М. КОТЕЛЕНЕЦЬ

СОЦІАЛЬНА СФЕРА СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ ОКУПОВАНОЇ ТЕРИТОРІЇ: ДАНІ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ГАЗЕТ ТАК ЗВАНОЇ ЛУГАНСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

У статті розглянуто суспільне життя окупованої території Луганської області за даними друкованих засобів масової інформації. Зазначено методи та методологію дослідження друкованих засобів масової інформації, складено вибірку. Наведено деякі результати контент-аналізу газет, надрукованих протягом року в трьох населених пунктах так званої Луганської народної республіки, а саме: Луганську, Стаханові (Кадіївки) та Антрациті. Зроблено висновок, що серед соціальних проблем найчастіше висвітлюються виплати пенсіонерів, інфраструктурні ремонти, культурні чи спортивні змагання тощо. Статті щодо соціальних проблем подані в позитивному контексті й стосуються саме їх вирішення.

Ключові слова: контент-аналіз, окупована територія, суспільне життя, відображення суспільного життя, друковані засоби масової інформації, мас-медіа, газета, окупована територія, фотографія, візуалізація.

У сучасних умовах засоби масової інформації (ЗМІ) мають неабиякий вплив на суспільство. Залучаючи громадян до інформаційних зв'язків, ЗМІ формують певні ціннісно-сміслові патерни, які засвоюються індивідами та змінюють аксіологічну модель соціуму. Здатність мас-медіа швидко охоплювати найбільш широкі аудиторії дає можливість сучасним мас-медіа трансформувати традиційну систему суспільного життя в потрібному напрямі. Тому, через засоби масової інформації відбувається сучасне формування соціальних структур і громадської думки, що визначає діяльність суспільства, життєві позиції індивідів, їхні світоглядні орієнтації, моделі поведінки тощо. Саме ЗМІ створюють історико-культурний інформаційний простір держави, який є духовно-ідеологічним цементом, що зміцнює народ та формує його у політичну націю. Однак мас-медіа можуть не тільки консолідувати суспільство, а й можуть відігравати деструктивну роль, підривати його соціально-психологічну стійкість шляхом виробництва, просування та лобіювання у масовій свідомості негативних ціннісних образів, образів чужих вітчизняних культур, ідеалів і цінностей. Дуже часто саме цей аспект функціонування ЗМІ може бути використаний деякими політичними силами, навіть іншими впливовими постатями та навіть цілими країнами. Тому задача суспільства й держави піклуватися про нейтралізацію регресивних тенденцій в інформаційно-аксіологічному полі й мобілізувати ресурсний потенціал засобів масової інформації для формування такої ціннісної системи, яка може забезпечити духовну єдність національного суспільства.

В умовах конфлікту, який розгорнувся з весни 2014 року на території Луганської області, ЗМІ виконували ідеологічну та пропагандистську фун-

кції. Щоб закріпити свої позиції влада окупованої частини області, так званої Луганської Народної Республіки (ЛНР) використовувала регіональні мас-медіа, як інструмент висвітлення негативних рис української влади та навпаки, позитивні риси та плани на майбутнє «республіки». Особливе місце у інформаційній війні зайняли друковані ЗМІ. На ринку виникли як нові газети, так й залишились деякі, що функціонували й раніше, але змінили свою ідеологію. У таких умовах деяка територія Луганської області опинилась у інформаційній війні. Таким чином, виникла нагальна потреба у вивченні суспільного життя окупованих територій за допомогою друкованих ЗМІ. Проте, публікацій щодо контент-аналізу ЗМІ ЛНР вкрай мало, а про дослідження друкованих ЗМІ окупованої території взагалі відсутні.

У сучасному соціогуманітарному знанні існує значна кількість фундаментальних праць з дослідження функціонування засобів масової інформації, їх впливу на суспільство та каналам розповсюдження інформації. Окремі роботи присвячені розробці технологій лобіювання та пропаганди за допомогою мас-медіа. Саме аналіз наукової літератури показав, що достатньо багато наукових робіт присвячено дослідженню різних аспектів засобів масової інформації. Одним з перших соціологічних осмислень засобів масової інформації було дослідження преси М. Вебером [7], який під ЗМІ розумів інструмент акцентованого вираження інтересів різних соціальних груп і формування людини як члена суспільства. Проте багато соціологів зупинялись на ролі засобів масової комунікації у формуванні суспільної свідомості чи суспільного інформаційного простору. Саме ці аспекти формування засобів масової інформації можна знайти у роботах: Т. Адорна [1], З. Баумана [2], П. Бергера [4], Ж. Бодріяра [5], І. Валерстайна [6], Б. Грушина [8], Р. Мертон [11], Г. Почепцова [12], О. Тофлера [13], Ю. Хабермаса [14] та ін.

Наразі сучасні дослідники та науковці акцентують свою увагу на вивченні засобів масової інформації у мережі Інтернет. Наприклад, у дослідженнях прихильників теорії інформаційного суспільства, Д. Батлера [3], М. Кастельса [9], Г. Маклюена [10], засоби масової інформації тлумачаться як сукупність методів, ресурсів, технологій, комунікативних стратегій створення, поширення та сприйняття інформації крізь призму динаміки інформаційного середовища.

Проте, незважаючи на різнобарвність досліджень ЗМІ, праці про мас-медіа окупованих територій знайти вкрай важко, а публікації щодо друкованих ЗМІ на території так званої Луганської народної республіки – ще важче. Тому вивчення друкованих засобів масової інформації окупованої території є актуальним для сучасної науки.

Мета статті полягає у дослідженні віддзеркалення соціальної сфери життєдіяльності в друкованих засобах масової інформації окупованої території Луганської області.

Врахувавши всі складності доступності до газет та ризику був складений план дослідження. Проаналізувавши зміст кожної з вибраних газет,

дійшли висновку, що серед представлених газет у найновостнішими виявились 4 газети. І тому для дослідження було обрано 2 газети з Луганська, 1 – зі Стаханова (Кадіївки) та 1 – з Антрациту. Таким чином, аналізувались: «Експресс Новости» (Експрес новини) та «XXI Век» (21 століття) з центру ЛНР (Луганськ) та дві «Козачий вестник» (Козачій вісник), яка виходить у м. Стаханов (Кадіївка), та «Антрацитовский вестник» (Антрацівський вісник), яка виходить у м. Антрацит, що є периферією «республіки». Ці газети регулярно виходили протягом року на території так званої Луганської Народної Республіки, а саме з 1 жовтня 2016 року по 1 жовтня 2017 року. Протягом року утворювалася вибірка контент-аналізу: з 192 номерів обрано 69.

Дослідження показало, що значна увага в газетах так званої Луганської народної республіки приділяється соціальній сфері окупованої території та побутово-інфраструктурних, наприклад, приводяться приклади позитивного вирішення проблем щодо водопостачання (26 %), бо йдуть роботи по ремонту водопроводу. Також, акцентується увага щодо стану доріг (25 %), також приводяться приклади позитивного вирішення проблем тепlopостачання (20 %) перед опалювальним сезоном. Менше уваги приділяється всіляким соціальним виплатам (стипендії, гуманітарні допомоги, грошові допомоги інвалідам, постраждалим під час бойових дій) – 14 %, пенсійним виплатам – 13 % та виплатам заробітної платні – 9 %. Через нестачу робочих місць, гостро стоїть питання працевлаштування (9 %) та приводяться пропозиції з метою розв'язання цих проблем, наприклад, видання різного виду документів.

Загалом суто соціальних публікацій 298. Найчастіше публікації стосуються соціальних та пенсійних виплат. Треба констатувати той факт, що публікації мають позитивний характер. Про труднощі у соціальній сфері зазначено всього 4 публікації. Найбільше публікацій стосується вирішення тих чи інших проблем, наприклад, проблем водопостачання (26 згадувань), усунення дорожніх проблем (24 згадування), тепlopостачання (20 статей). Друкуються також й пропозиції щодо розв'язання проблем. Наприклад, 10 публікацій стосується відновлення виплат пенсій та стипендій. Щодо проблем злочинності, то у публікаціях газет ЛНР найчастіше зустрічаються правопорушення проти особи (18 публікацій). Необхідно зазначити, що немає публікацій щодо злочинів проти власності, хоча ця інформація може бути сумнівною. Серед категорій населення, які потребують захисту, найчастіше названі пенсіонери. Цікавим виявився і той факт, що героями публікацій є жителі Луганської національної республіки.

Серед світоглядних проблем, які публікувались в обраних нами газетах, можна виділити релігійні публікації. Вони найчастіше стосуються норм православ'я та святкування різного характеру релігійних свят. Духовна сфера суспільного життя орієнтована виключно на православ'я (22 згадування) та Бога (24 згадування).

Проаналізувавши розділ рубрикатора «Інші тематики», можна зробити висновок, що велику кількість публікацій займають публікації, що містять інформацію про культурне життя ЛНР (197 публікацій) та корисні поради (178 статей). Ці публікації майже рівномірно розподілені у чотирьох обраних нами газетах. Спортивне життя ЛНР займає третє місце по матеріалам номерів, відбуваються усілякі змагання по всім видам спорту і «республіка» дуже пишається досягненнями своїх спортсменів (135 статей). Розважальні публікації також займають чільне місце на шпальтах газет, наприклад, кросворди, вікторини, рецепти тощо (129 публікацій). Також зафіксовано 80 публікацій про медицину. Хотілося б відзначити, що почали з'являтися публікації щодо історії Росії (28 публікацій). Необхідно зауважити, що публікації такого характеру з'являються на сторінках газет «Експрес новини» та «Казачий вісник». Також зафіксовано декілька статей про історію Новоросії (11 публікацій). Таких публікацій найбільше у газеті «Казачий вісник», а у газеті «Експрес новини» – відсутні. Публікацій про історію України було зареєстровано вкрай мало (5 публікацій) (рис. 1).

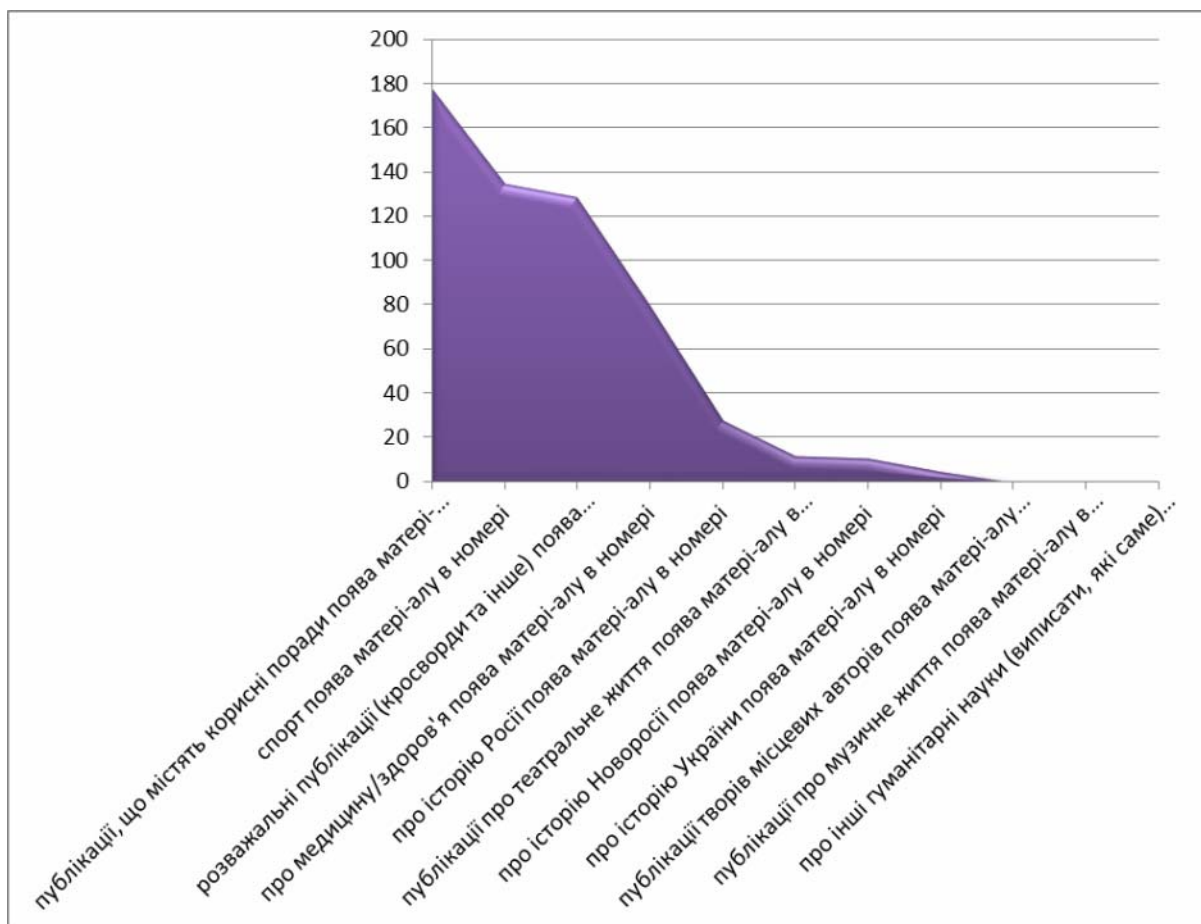


Рис. 1. Кількість статей щодо розділу «Інші тематики»

В ході контент-аналізу були зроблені заміри рекламної інформації. Вона складає 198736, 25 см².

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що проаналізувавши усі чотири газети з яких дві виходять саме у Луганську, а дві інші з переферії (у Стаханові та Антрациті), дійшли висновку, що в усіх газетах більшість уваги приділяється саме соціальним проблемам ЛНР, в більшості випадків мова йде про роботу комунальних підприємств, як вони усувають неполадки, що ремонтуються дороги, відновлюються будинки та будівлі, які постраждали під час воєнних дій, виплачуються пенсії, стипендії, заробітня платня. Багато уваги приділяється і культурній сфері самої республіки, проходять всілякі спортивні змагання, конкурси талантів, постановки спектаклів та ін. Дивлячись на інформацію, яка безпосередньо висвітлюється в друкованих ЗМІ, показує, що ЛНР, все ж таки, прагне до незалежності, вона хоче бути самостійною республікою, отримати автономію та Особистий статус Донбасу, створювати свою історію становлення та розвитку. Але складається таке враження, що нібито відбувається ізоляція населення від навколишнього світу.

Список використаної літератури

1. Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / пер. на рус. яз.: М. Кузнецова. Санкт-Петербург, 1997. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5521> (дата звернення: 12.12.2017).
2. Батлер Дж. Психика власти: теории субъекции / пер. З. Баблюяна. Харьков : ХЦГИ, 2002. 168 с.
3. Бауман З. Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. Москва : Логос, 2005. 390 с.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Москва, 1995. 324 с.
5. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. *Поэтика и политика* / под ред. Н. Шматко. Москва, 1999. 432 с.
6. Валлерстайн И. Конец знакомого мира. Москва, 2003. 356 с.
7. Вебер М. Основные социологические понятия. *Вебер М. Избранные произведения*. Москва, 1990. 532 с.
8. Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. Москва : Политиздат, 1987. 127 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 464 с.
10. Маклюен Г. М. Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. Москва : КАНОН, 2003. 464 с.
11. Мертон Р., Лазарсфельд П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное массовое действие / пер. с англ. Макаров М. М. Москва : Аспект-пресс, 2000. 346 с.
12. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Москва : Рефл-бук, 2000. 576 с.
13. Тоффлер Е. Третья Хвиля. Київ : Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
14. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс. Київ, 1996. 436 с.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Котеленец Е. М. Социальная сфера общественной жизни оккупированной территории: данные контент-анализа газет так называемой Луганской народной республики

В статье рассмотрена общественная жизнь оккупированной территории Луганской области по данным средств массовой информации. Указаны методы и мето-

дология исследования печатных СМИ, составлена выборка. Приведены некоторые результаты контент-анализа газет, напечатанных в течение года в трех городах так называемой Луганской народной республики, а именно: Луганске, Стаханове (Кадиевке) и Антраците. Сделан вывод, что среди социальных проблем чаще всего освещаются выплаты пенсионерам, инфраструктурные ремонты, культурные или спортивные соревнования и тому подобное. Отмечено, что статьи по социальным проблемам подаются в положительном контексте и касаются именно их решения.

Ключевые слова: контент-анализ, оккупированная территория, общественная жизнь, отражение общественной жизни, печатные средства массовой информации, масс-медиа, газета, оккупированная территория, социальная сфера общественной жизни.

Kotelenets K.M. Sectors of society in social life of the occupied territories: evidence of the content-analysis of the Luhansk People's Republic's newspapers

The article deals with the public life of the occupied territory of the Lugansk region in printed mass media. The article presents some results of the content analysis of the print media of the occupied tourists of the Lugansk region. They are concentrating on analyzing photos that were printed during the year in the newspapers of the so-called Luhansk People's Republic. This methodology of research, painted methods and methodology of the research of printed mass media, a sample is drawn up. The article presents some results of the content analysis of newspapers that were printed during the year in three cities of the so-called Luhansk People's Republic, namely Lugansk, Stakhanov (Kadyivka) and Antratsyt. The article analyzes the literature on the topic of the study, systematic theoretical foundations of the functioning of mass media, in particular printed mass media. Mechanisms of influence of mass media on social consciousness are considered. The focus is on the current situation in the East of Ukraine. Examples are examples of manipulation and propaganda through the mass media that have an impact on the consciousness of the society, the data of the security services of Ukraine on the use of innovative technologies by the Russian Federation for the purpose of implementing their actions in the territory of the occupied Donbas are given. The photos of selected newspapers that reflect the social processes in the occupied territory of the Lugansk region are analyzed. It is the photos that make it possible to conclude that newspapers have an information content direction that the information they provide most often has a domestic or economic nature, and that focus is on situational events.

It is proved that the photos have disagreements between size and context, that is, a small number of photos are compensated for by their large size, especially political leaders of the Russian Federation and the so-called Lugansk People's Republic. It is concluded that the photographs on the pages of the so-called LNR newspapers most often reflect the infrastructure, everyday problems and problems of improvement, and also focus on the cultural and entertaining life of the so-called Lugansk People's Republic.

It is concluded that social issues are often covered by news about pensioners' payments, any infrastructure repairs, cultural or sporting events, etc. It is noted that articles on social problems are presented in a positive context and relate to the resolution of such problems.

Key words: content analysis, occupied territory, public life, reflection of public life, printed mass media, mass media, newspaper, occupied territory.

УДК 314.82

М. П. КУХТА

ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ВИКЛЮЧЕННЮ ЛЮДЕЙ СТАРШОГО ВІКУ ІЗ СОЦІАЛЬНОГО ЖИТТЯ

У статті обґрунтовано необхідність розгляду досвіду подолання негативних наслідків старіння населення в країнах Заходу. Розвинені країни зіткнулися з проблемою постаріння населення раніше від країн, що розвиваються, зокрема України. Моделі, що виробляються там, орієнтовані на використання потенціалу людей старшого віку, зокрема, шляхом збереження їх у сфері суспільного виробництва. Проаналізовано переваги та недоліки різних шляхів запобігання виключенню людей старшого віку із соціального життя, що обираються в країнах Заходу. Наукові теорії, пов'язані зі старінням, на сьогодні переорієнтувалися із суто теоретичних площин дослідження до розгляду можливостей практичної реалізації для стабілізації суспільного розвитку та зниження міжпоколінної напруженості в зв'язку з навантаженням на економічно активну молодь. Ці теорії мають назву успішного та активного старіння. На перший погляд, вони відображають оптимум використання можливостей старшого віку, проте тут існують і деякі незістикування.

Ключові слова: старіння суспільства, соціальний потенціал, соціальні ресурси, теорії старіння, успішне старіння, активне старіння.

Суттєве зміщення вікової піраміди майже у всіх країнах світу в бік зростання питомої ваги старшого населення не дозволяє далі ігнорувати необхідність їх фінансового та соціального забезпечення, а перспектива довшого професійного використання літніх людей, хоча б за рахунок відстроєння пенсійного віку, видається надто привабливою з багатьох позицій, аби нею нехтувати. У цьому плані С. Капіца вважає, що за сучасних умов інтенсифікації демографічного старіння можливі два варіанти розвитку: стагнація або зростання якості життя. Демографічні зміни, на його думку, вимагають адаптації економічних і соціальних інститутів до нових умов [1].

Під час характерної для ХХІ ст. гонитви за ресурсами використання соціальних ресурсів перетворюється на пріоритетний напрям, що не лише гарантує підвищення рівня життя, а й відкриває можливості для самореалізації, і в цьому процесі провідну роль здатне відіграти саме старше покоління – та соціально-вікова група, що спроможна завдяки набутому соціальному потенціалу не лише вирішувати власні внутрішньогрупові проблеми, а й виступати локомотивом для інших вікових груп.

При цьому йдеться й про внутрішній соціальний потенціал – потенціал населення певного суспільства, і зовнішній – потенціал, актуалізований за рахунок залучення мігрантів через відповідні програми. Характерно, що розвинені країни переорієнтовуються на актуалізацію внутрішнього потенціалу, шукаючи резерви соціального поступу в розвитку та використанні здібностей різних верств і груп власного населення.

В Україні проблема старіння останніми роками також загострилася. Поки що серед активних форм протидії негативним наслідкам цього процесу (що, по суті, є величезним досягненням суспільства та водночас великою за-

грозою для його економічного зростання) є збільшення пенсійного віку. Звісно, українські реалії відрізняються від західних хоча б тим, що в нас старіння має дещо інші детермінанти й переважно має вигляд старіння «знизу» – за рахунок зменшення смертності серед населення середнього віку, тоді як на Заході це старіння «зверху» – за рахунок підвищення тривалості життя. Водночас ігнорувати досвід та стратегії, вироблені в розвинених країнах протягом останніх десятиліть, не можна. У сучасній гонитві за ресурсами втрата активності значної й такої, що дедалі збільшується, частки населення як з соціальної, так і з економічної позицій, виступають неприпустимим марнотратством, тим паче, що, насамперед, нехтування соціальним потенціалом старшої вікової групи «вдаряє» саме по цій групі як залежній від економічного становища суспільства й чи не найменше захищеній.

Наукові теорії, пов'язані з реалізацією можливостей людей старшого віку, на сьогодні переорієнтувалися із суто теоретичних площин дослідження на вивчення можливостей практичної реалізації для стабілізації суспільного розвитку та зниження міжпоколінної напруженості в зв'язку з навантаженням на економічно активну молодь. Ці теорії мають назву успішного та активного старіння, які виникли на противагу теоретичним уявленням про необхідність і неминучість виключення старшого покоління з активного суспільного життя. Появу теорій успішного старіння та активного старіння можна простежити від теорії діяльності, що була поширеною в США на початку 1960-х рр. Найбільш поширеними термінами, використаними протягом останніх десятиліть, стали «успішне старіння» у Сполучених Штатах (цю концепцію, зокрема, розвивають Дж. Баррет та Ц. МакГолдрік) та «активне старіння» в Європі, адептами якої є П. Констанса, О. Ріберіо та Л. Тейксейра [4; 6]. Незважаючи на те, що ці терміни часто використовуються взаємозамінно, по своїй суті, ці теорії – різновиди антитези теорії про звільнення, вилучення старших людей із суспільства.

Ще всередині минулого століття панували наукові припущення (наприклад, Каммінг і Генрі, 1961) про те, що для старшого покоління звільнення є універсальним і неминучим. Ця перша велика геронтологічна теорія зазнала критики за ігнорування сприйняття ситуації самими людьми похилого віку [11]. На перший погляд, теорії успішного та активного старіння відображають оптимум використання можливостей старшого віку, проте тут існують і деякі незістикування.

Нині в країнах Заходу прийняті терміни «люди третього віку» та «люди четвертого віку». У цьому разі йдеться не лише про вікові відмінності, а й про їх можливості. Ресурсний потенціал старших тут розуміється як якісні характеристики індивіда, значущі для нього особисто та такі, що дають можливість ефективно взаємодіяти з іншими людьми, брати участь у соціально-економічному житті суспільства [12].

Порушуючи питання старіння, ми опиняємося перед кількома площинами розгляду: по-перше, це можливості для покращення самопочуття самої старшої групи; по-друге, це необхідність підвищення ресурсності цієї групи, бо збільшення частки людей старшого віку створює додаткове

навантаження для молодого економічно активного населення. Розглянемо, яким чином ці питання вирішують теорії успішного та активного старіння.

Метою статті є аналіз переваг та недоліків різних шляхів запобігання виключенню людей старшого віку із соціального життя, що обираються в країнах Заходу.

Перший шлях: створення моделі успішного старіння. Відправною точкою моделі успішного старіння є діяльність. На етапах життєвого шляху до досягнення похилого віку люди повинні так керувати життям, щоб уникнути інвалідності та захворювань і, таким чином, накопичити резерв, підтримуючи психічні та фізичні можливості, що сприяють продуктивній і соціальній участі в суспільстві. Ключ до «успішного старіння» тут першопочатково бачився як продовження діяльності в літньому віці та збереження цінностей, характерних для людей середнього віку [16].

Концепція, створена понад 40 років тому Батлером (1974 р.), почала швидко набувати популярності після публікації статті Роу і Кана [16], де стверджувалося, що старіння та захворювання – це різні процеси. Це був важливий крок, оскільки до тих пір дослідники старіння здебільшого зосереджувалися на уявленнях про втрату та занепад, причому самі хвороби бачилися похідними старіння. Вчені розробили свою початкову модель успішного старіння, куди включили три компоненти: низьку ймовірність захворювання та інвалідизації, пов'язаної з хворобами; високий рівень когнітивних та фізичних можливостей; активну взаємодію з навколишнім середовищем, зокрема, у соціальній сфері.

У США успішне старіння стало точкою відліку в дискурсах щодо старіння, що сприяло відмові від розгляду старшого віку як нерозривно пов'язаного з неминучою послідовністю втрат [9]. Це змінило основний фокус досліджень з тих, хто страждає від захворювань та інвалідності, до тих, що з віком зберегли високі позитивні показники. Це також призвело до зміщення точки розгляду від тих, «хто погано працюють, до тих, хто добре працює» [18]. Успішне старіння, відтак, визначає пріоритетність досягнення клінічних та медичних критеріїв, тоді як соціальні аспекти (взаємодія із життям, за моделлю Роу і Кана) посідають найнижче становище в ієрархії успіху. Таким чином, модель успішного старіння передбачає, що в стратегії політики щодо старіння закладалося створення установки в старших щодо нереалістичного ідеалу старіння. У цій моделі переоцінили поширеність людей похилого віку, що пройшли життя до старості без захворювань, тоді як ряд досліджень показово свідчить, що досягнення старості без поганого здоров'я або інвалідності є якраз винятком [14]. «Успішний» у цій моделі означає, що є переможці та переможені, проте більшості геронтологів незручно маркувати когось як такого, що отримав негативні результати через його погане здоров'я» [18].

Процеси визначення та вимірювання успішного старіння були доволі проблематичними, оскільки пов'язувалися, насамперед, з тим, як люди старшого віку повинні старіти, а не з тим, з яких позицій вони самі виходять, щоб зарахувати себе до категорії «старіючих успішно». У цьому плані, за даними

деяких дослідників, навіть якщо люди похилого віку хворіють або набувають інвалідності, вони не обов'язково починають зараховувати себе до тих, що старіють «неуспішно», і, навпаки, можуть продовжувати займатися різними видами діяльності та суб'єктивно почуватися добре [7].

Із цього приводу М. Райлі висловлював думку, що модель успішного старіння пов'язана з ризиком зведення до виключної, епохальної та навіть дискримінаційної позиції – своєрідної професійної догми, в якій немає місця для повсякденного, людського. Водночас успішне старіння є дещо індивідуалістичною концепцією, оскільки не враховує того, що зміни в житті людей та в соціальних структурах є принципово взаємозалежними. Насправді, старіння – соціальний процес, який передбачає взаємозв'язок між людським розвитком та комплементарною динамікою структурних змін. Так, ряд учених вказує, що різні способи покращення життя людей похилого віку залежать від соціальних втручань та заходів, включаючи навчання протягом усього життя, політику протидії дискримінації, дозвілля [19]. На практиці ж існує «залежність успішного (і активного) старіння від структурних можливостей у школах, офісах, будинках престарілих, сім'ях, громадах, соціальних мережах та суспільстві в цілому» [9]. Соціальні та культурні умови контекстуалізують індивідуальне старіння й суттєво відрізняються з погляду потреб, а також можливостей та ресурсів.

Другий шлях: створення моделі активного старіння. Активне старіння стосується сприяння забезпеченню прав людей похилого віку щодо збереження здоров'я (водночас така профілактика обертається в подальшому скороченням витрат на охорону здоров'я та соціальну допомогу), продовження термінів праці (у перспективі – зменшення пенсійних витрат), а також участі в суспільному й політичному житті. Проте, незважаючи на поширеність, поняття активного старіння не має чіткого загальновизнаного визначення, зазвичай його вживають для означення «все для всіх людей» [19]. Така неоднорідність у визначенні створює труднощі на шляху розробки та реалізації єдиної політики щодо старших, роблячи її більш диференціальною як на міжнародному, так і на національному рівнях [2]. Незважаючи на цей недолік, поняття активного старіння широко використовують протягом останніх років у Європі. Це пов'язано із зусиллями Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) та Європейської комісії (ЕК).

Концепція активного старіння почала розвиватися в 90-х рр. XX ст. з акцентом на зв'язок між діяльністю та здоров'ям. Вона з'явилася в той час, коли проблема глобального посилення тенденції до старіння призвела до демонтажу традиційної концепції життя, яка прирівнювала найстарішу фазу життя до бездіяльності. Дискурс активного старіння зосереджується на заохоченні участі людей похилого віку в суспільстві та підкреслює компетенцію та знання, які мають люди літнього віку. Найбільш поширеним є визначення ВООЗ: «процес оптимізації можливостей для здоров'я, участі та безпеки з метою підвищення якості життя як людей віку». Важливо, що «активний» визначено фахівцями цієї поважної організації як «постійна участь у соціальних, економічних, культурні, духовні та громадянські

справи, а не тільки здатність бути фізично активними або брати участь у робочій силі» [3]. Ця перспектива додатково ставить під сумнів стереотипи старшого віку, що створені на підґрунті уявлень про повну пасивність і залежність старшого покоління, підкреслюючи альтернативу автономії та участі. Активне старіння спростовує «парадигму занепаду та втрат», яка зазвичай пов'язана з наслідками фізичного ослаблення й підкреслює активну роль людей похилого віку в суспільстві. Подібно до успішного старіння, поняття активного старіння також не залишається без критики. Наприклад, деякі вчені звертають увагу на те, що процес ідеалізації активного й (успішного старіння) може стати непродуктивним та гнітючим [13; 14; 15]. Існує небезпека, що політики в процесі створення відповідних програм, орієнтованих на старших, спиратимуться на формальні ознаки здоров'я, переоцінюючи фізичну активність, нехтуючи розумовими здібностями й творчою складовою продуктивної моделі активного старіння. Таким чином, необхідно залишати місце для альтернативного способу життя та визначення відповідного способу життєдіяльності. Навіть найбільш палкі прихильники моделі активного старіння визнають ризик того, що подібний підхід може набути примусового характеру, тому необхідно уникати нав'язування загальних положень «зверху вниз», а звертати увагу на специфіку різноманітних позитивних та негативних реалій життя людей похилого віку. Очікування щодо активного старіння зазвичай формуються політиками та дослідниками, які, як правило, визначають активність відповідно до молодого чи середнього віку, що не може збігатися з досвідом та можливостями людей похилого, тож виникає потреба в тому, щоб самі люди похилого віку більш активно залучалися до визначення ролі активного старіння у своєму житті [19; 20].

Загалом, моделі успішного та активного старіння відштовхуються від позиції збільшення ресурсного дефіциту в сучасному світі. Поряд з деякими варіантами продуктивного старіння вони приховують у собі можливості орієнтуватися на те, що люди старшого віку не вийдуть з лав робочої сили у фіксований вік та проміняють заробітну плату на отримання пенсій. Бо деякі спеціалісти висловлювали із цього приводу стурбованість, вважаючи, що відсторонення від трудової зайнятості створює ситуацію, коли літні люди більше не перебувають у соціально визначеному «продуктивному» секторі суспільства, що призводить до загальної девальвації значущості людей похилого віку [4]. Замість того, щоб прирівнювати найстарішу фазу життя до періоду відпочинку, моделі активного та успішного старіння орієнтуються на якомога довше утримання й залучення старших до соціального виробництва.

Суттєва диференційованість старших людей призводить до того, що важко встановити стандарти успішного та активного старіння. Жорстка класифікація успіху чи діяльності, активності виключає надто багато людей і не в змозі охопити відмінності, що спостерігаються в літніх людей. Проте, більш комплексне визначення активного старіння здається менш детермінованим як результатом, так і процесом його досягнення. Це шви-

дше концепція, ніж успішне старіння, що пропонує більший позитивний погляд на потенціал старших, ніж інші дискурси старіння.

Третій шлях: відхід від жорстких детермінант. Створення сучасної європейської моделі старіння. Паралельно із суто теоретичним пошуком відбувалася спроба створення моделі старіння «від практики». Ці спроби виникли внаслідок перетворення старіння на центральну проблему європейської політики на початку 1990-х рр., коли ЄК створила «обсерваторію» для вивчення впливу національної політики на старіння. Перше проголошення на цьому рівні ключових елементів нового активного дискурсу зі старіння було позначено через проголошення Європейського року людей похилого віку в 1993 р. [19]. Було поставлено акцент на дискурсах гідності та включення людей похилого віку за допомогою заходів рівних можливостей. Проголошення ООН заходу «Рік людей похилого віку 1999» стало наступним великим кроком у розробці європейської програми дій щодо старіння населення, в якому висвітлювалася значна проблема, з якою стикається Європа [8]. Тоді стратегія активного старіння та стратегія зайнятості були виправдані необхідністю підвищення рівня зайнятості, особливо враховуючи старіння населення та прогнозоване збільшення витрат на пенсії.

У політичному документі «На шляху до Європи для всіх віків» (ЄС, 1999) було проголошено існування чотирьох проблем:

- зниження чисельності населення працездатного віку;
- витрати на пенсійні системи та державні фінанси;
- зростання потреби в догляді;
- різноманітність ресурсів і ризиків людей похилого віку.

Ці виклики, у свою чергу, привели Єврокомісію до чотирьох політичних висновків:

- підвищити рівень зайнятості в Європі (шляхом сприяння безперервному навчанню, гнучким робочим механізмам та покращенню стимулів до роботи);
- поліпшити політику соціального захисту та змінити тенденції довгострокового виходу на пенсію;
- підтримувати дослідження, пов'язані з політикою в галузі охорони здоров'я та догляду за старінням;
- розробляти політику проти дискримінації на робочих місцях та соціальної ізоляції.

Однак, незважаючи на значний потенціал цієї моделі, її позиції згодом були звужені, бо зайнятість стала основною спрямованістю Комісії [8; 19]. При цьому ті, хто не отримує заробітної плати, хоч активно й не включаються з питань старіння, цінний внесок, який вони можуть зробити в суспільство, ризикує залишитися проігнорованим, зменшуючи дискурс до свого попередника «успішного старіння» [4].

Загалом політичні дискурси ЄС щодо старіння протягом останніх десятиліть становили дві контрастні моделі. Переважну увагу приділяли вузькому виробничому підходу, з орієнтацією на більш тривале робоче життя. На відміну від цього, існує також комплексний підхід до активного ста-

ріння, який сьогодні підтримують ВООЗ та ООН, а також деякі країни ЄС. Хоча існують певні дані про те, що ці два підходи починають об'єднуватися, на практиці фактичні політичні інструменти все ще орієнтовані на зайнятість [19].

Так, уперше з 1993 р. Європейський рік 2012 був присвячений старінню. «Європейський рік активного старіння та солідарності між поколіннями» став відправною точкою для впровадження більш комплексного підходу до активного старіння. Однак, хоча було виявлено низку тем, найважливішою залишалася зайнятість: метою було «сприяти створенню кращих умов праці для зростаючого числа людей похилого віку в Європі, допомогти їм брати активну участь у суспільному житті та заохочувати здорове старіння». Таким чином, у центрі європейської політики старіння в кращому разі амбівалентність підходів щодо її спрямованості та потенціалу.

Зрештою, на міжнародному форумі «Старше покоління» в 2016 р. міжнародний експерт, старший радник Європейського центру політики благоустрою (UNECE, Австрія) А. Сидоренко заявив про необхідність зміни парадигм у розумінні старіння, де старших потрібно розглядати в рамках розвитку суспільства, а не як тягар для держави. Тоді ж директор Міжнародного інституту старіння ООН (INIA, Malta) М. Формоза заявив про необхідність оновлення концепції університетів третього віку та завдання розвивати університети четвертого віку, в основному в закритих закладах для похилих, а також у сільській місцевості. Університети третього віку, на його думку, повинні вже реагувати на те, що в ряді розвинених країн похилі виходять на пенсію достроково заради того, щоб реалізувати власні підприємницькі ідеї. Інший варіант – коли вони залишаються працювати за умов, що організації відповідно адаптують графік праці та робочі місця [3, с. 193]. С. Блюменталь такий прошарок називає тими, хто вступив у молодість чи навіть дитинство власної старості (entering the infancy of their second adulthood), і саме для них необхідно створювати освітні можливості для нової кар'єри [3, с. 192].

Загалом сучасна модель комплексного активного старіння має охопити структурні та економічні проблеми, які впливають на людей похилого віку. Економічні ресурси трактуються як детермінанти активного старіння, з огляду на те, що фінансова ситуація індивіда впливає на його здатність забезпечувати інші елементи активного старіння. Крім того, довголіття істотно відрізняється між соціально-економічними групами і нерівномірно розподіляється просторово як у межах, так і між країнами: «смерть не є демократичною» [9]. Вирішення цих нерівностей є важливою частиною комплексної стратегії активного старіння, яка має на меті забезпечити нормативно справедливі рішення. Вона також повинна визнати конкретні проблеми, пов'язані з конкретною країною, для реалізації конкретних стратегій активного старіння, включаючи ті, що пов'язані з розширенням зайнятості, коли рівень безробіття залишається високим.

Згідно із сучасним визначенням ВООЗ, «активне старіння» – це процес оптимізації можливостей для забезпечення здоров'я, участі в житті суспільства та захищеності людини з метою поліпшення якості її життя в ході ста-

ріння. «Активне старіння» базується на трьох компонентах: гарний стан здоров'я похилих, їх зайнятість та активна різностобічність життєвої позиції. Завдання стратегії активного старіння полягає в тому, щоб створювати багаті можливості, середовище, максимально задіяти потенціал похилих людей і знизити їх залежність від сім'ї та держави. Активне старіння зачіпає ряд сфер політики: сприяння зайнятості й соціальному забезпеченню, зниження рівня бідності, поліпшення стану здоров'я, підвищення рівня добробуту тощо.

У дослідженні Світового банку «Від червоного до сивого: третій «перехідний період» старіючого населення в країнах Східної Європи і колишнього Радянського Союзу» ще 10 років тому було визначено два основних положення, що розглядали з урахуванням старіння населення в різних країнах регіону:

1. Старіння не передбачає зниження темпів економічного зростання за умови реалізації політики, яка стимулює зростання продуктивності та підвищення економічної активності населення.

2. Проведення зваженої політики може пом'якшити вплив старіння населення на витрачання бюджетних коштів. Існують механізми, які дають змогу пом'якшити очікуване різке збільшення державних видатків (особливо щодо пенсійного забезпечення та охорони здоров'я). Головне, вчасно їх розпочати й повністю реалізувати [10].

На жаль, сучасні підходи до активного старіння (й успішного старіння), як правило, встановлюють відносно високі стандарти або очікування та не враховують повною мірою впливу структурної нерівності та зміни ситуації. Політика може активно сприяти новим шляхам старіння й допомагати людям інтегрувати зміни у своє життя. Це може відбуватися у формі практичних тренінгів (а не лише тих, що пов'язані із зайнятістю), залучення до використання інформаційних технологій. Крім того, активне старіння має бути гнучким щодо культурних та релігійних відмінностей, одночасно охоплювати права людини, включати гнучке розуміння того, як соціально-економічний стан впливає на перебіг старіння та «ресурсність» особи, а також гнучке розуміння гендерного контексту старіння.

Справді, актуалізація внутрішнього соціального потенціалу старших людей може відбуватися за рахунок або ж інституційних зусиль суспільства, (у цьому разі старша вікова група є об'єктом відповідних дотацій, та політика «добросовісного утримання» щодо старих, по-перше, викликає спротив стигмам «зайвого тягаря» та «відчуженої непотрібності»; по-друге, не позбавляє старих політичного впливу і політичних прав; по-третє, у перспективі вимагатиме ще більших коштів на утримання цієї соціально-вікової групи, чисельність якої зростає) або ж за рахунок зусиль самої групи. В оптимальному варіанті ці два шляхи поєднуються. Проте це відбувається лише в разі першопочаткової доволі високої ресурсності самої групи – відповідного рівня здоров'я, матеріального забезпечення тощо, тобто збереження характеристик, притаманних групі середнього віку.

Загалом ефективна модель активного старіння повинна спиратися на сукупні внески громадян та суспільства. З погляду політики ЄС, сприяння

активному старінню передбачає зв'язок досі незалежних галузей політики, таких як: зайнятість, здоров'я, соціальний захист, пенсії, соціальна інтеграція, технології та економічна політика. Переклад цього підходу на конкретну соціальну політику означатиме перетворення широкого кола політичних арен, таких як ринок праці та здоров'я, у бік більш активних втручань для запобігання індивідуальним функціональним втратам у другій половині життєвого шляху. На політичному рівні надзвичайно важливим залишається перерозподіл ресурсів від лікування до профілактики, а також пенсійна політика, що не створювала б перешкод між роботою та виходом на пенсію й полегшувала б участь у виробництві. Основою цього є переконання, що хронологічний вік не є показником ефективності.

Насправді, збереження перспектив на життєвому шляху посилює запобіжний аспект програми активного старіння, оскільки в процесі старіння потрібні стратегії, спрямовані на покращення здоров'я та добробуту по досягненню старшого віку. Нова активна парадигма старіння, спрямована на полегшення збереження як фізичних, так і розумових здібностей, орієнтована на надання можливостей літнім людям за потреби працювати довше, а також забезпечити більш здорові та більш продуктивні роки після закінчення робочого життя [2].

Висновки. В Україні, де можливості допомоги з боку суспільства реалізації соціального потенціалу старшого покоління є досить обмеженими з огляду на значну кількість економічних, соціальних і політичних причин, тим не менше є певні передумови для збільшення питомої ваги практик реалізації соціального потенціалу старшої вікової групи. По-перше, існує частка соціально активних людей похилого віку, хоча вона відносно невелика порівняно з пасивною більшістю; по-друге, є напрацювання типу «університетів третього віку», що можуть стати зародком розгортання масових загальносуспільних програм та рухів; по-третє, створена унікальна наукова школа життєтворчості під керівництвом Л. В. Сохань (сама її фундатор досі у віці понад 90 років демонструє зразки творчої активності). Здебільшого доробок цієї школи спрямований на виховання молодого покоління, але основні принципи цілком можуть бути застосовані до старшого. Завдання полягає в зміщенні центру ваги в структурі соціального потенціалу групи на саорганізаційне начало, зокрема, потрібно подолати збережені з радянських часів патерналістські стереотипи. Однак це не може спиратися на саму лише активність громадських організацій та волонтерів. Потрібне доłącнення держави, ЗМІ, і лише завдяки спільним зусиллям ситуація може змінитися на краще. Рухаючись цим шляхом саморозвитку, старша соціально-демографічна група здатна перетворитися з «групи для себе» на «групу для суспільства», поєднуючи задоволення власних інтересів із магистральними завданнями суспільного розвитку.

Список використаної літератури

1. Капица С. П. Демографическая революция и будущее человечества. *В мире науки*. 2004. № 4. С. 90.
2. Кухта М. Соціальний потенціал старшого покоління як ресурс суспільного розвитку. *Габітус*. 2017. Вип. 4. 2017. С. 60–*65.

3. Научная жизнь. Новая молодость старшего поколения: конференции и форумы 2016 года, посвященные пожилым. http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/-2017_1/Obzor_2017_1+.pdf (дата обращения: 12.12.2017).
4. Barrett G., McGoldrick C. Narratives of (in) active ageing in poor deprived areas of Liverpool. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2013 Vol. 33. P. 347–366.
5. Bowling A. Aspirations for older age in the 21st century: What is successful aging? *International Journal of Aging and Human Development*. 2007. № 64. P. 263–297.
6. Constança P., Ribeiro O., Teixeira L. Active ageing: An empirical approach to the WHO model. *Current Gerontology and Geriatrics Research*. 2012. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3501803/> (дата обращения: 12.12.2017).
7. Chapman S. Theorizing about aging well: Constructing a narrative. *Canadian Journal on Aging*. 2005. Vol. 24. P. 9–18. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15838822>. (дата обращения: 12.12.2017).
8. European Commission (EC). Towards a Europe for all ages. *Promoting Prosperity and Intergenerational Solidarity*. Brussels, 1999. URL: http://ec.europa.eu/employment_social/social_situation/docs/com221_en.pdf (дата обращения: 12.12.2017).
9. Foster L. Active and Successful Aging: A European Policy Perspective / Liam Foster, Alan Walker. *Gerontologist*. 2015. Feb. № 55 (1). P. 83–90. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4986585> (дата обращения: 12.12.2017).
10. From Red to Gray: the «Third Transition» of Aging population in Eastern Europe and the Former Soviet Union. Washington, D. C., World Bank, 2007. 295 p.
11. Havighurst R. Successful Ageing // Processes of aging: Social and psychological perspectives. New York, Atherton, 1963. Vol. 1. P. 299–320.
12. Kertzer D. and Leaflet P. (eds), Aging in the Past. *Demography, Society, and Old Age*. Berkeley, 1995.
13. Martha R. Crowther., Michael W. Parker, W. A. Achenbaum, Walter L. Larimore, Harold G. Koenig. Rowe and Kahn's Model of Successful Aging Revisited: Positive Spirituality—The Forgotten Factor. *The Gerontologist*. 2002. Vol. 42. Is. 5. 1 October. P. 613–620.
14. Motta M., Bennati E., Ferlito L., Malaguarnera M., Motta L. Successful aging in centenarians: myths and reality. *Italian Multicenter Study on Centenarians (IMUSCE)*. Arch. Gerontol. Geriatr. 2005. May-Jun. 40 (3). P. 241–251.
15. Rinat Ben Noon, Liat Ayalon. Older. Adults in Public Open Spaces: Age and Gender Segregation. *The Gerontologist*. 2018. Vol. 58. Is. 1. 18 January. P. 149–158.
16. Rowe J., Kahn R. Human Ageing Usual and Successful. *Science*. 1987. Vol. 237. P. 143–149.
17. Sidorenko A., Zaidi A. Active ageing in CIS countries: Semantics, challenges and responses. *Current Gerontology and Geriatrics Research*. 2013. Vol. 1. P. 10–11. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3549383/> (дата обращения: 12.12.2017)
18. Strawbridge W. Active Aging and Successful Aging. *Journal of Aging and Health*. 2002. Vol. 24 (8). P. 1279–1297.
19. Walker A., Maltby T. Active Ageing: A strategic policy solution to demographic ageing in the European Union. *International Journal of Social Welfare*. 2012. Vol. 17. P. 117–130.
20. Walker A. A Strategy for Active Ageing. *International Social Security Review*. 2002. Vol. 55 (1). P. 121–140. URL: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2013/SOC570/um/-Walker__Strategy_for_AA_2002.pdf (дата обращения: 12.12.2017).

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

М. П. Кухта. Пути предупреждения исключения людей старшего возраста из социальной жизни

В статье обосновывается необходимость рассмотрения опыта преодоления негативных последствий старения населения в странах Запада. Развитые страны столкнулись с проблемой старения населения раньше развивающихся, включая Украину. Моде-

ли, производимые там, ориентированы на использование потенциала людей старшего возраста, в частности путем сохранения их в сфере общественного производства. В статье проанализированы преимущества и недостатки различных путей предотвращения исключения людей старшего возраста из социальной жизни, избираемых в странах Запада. Научные теории, связанные со старением, на сегодняшний день переориентировались с сугубо теоретических плоскостей исследования на рассмотрение возможностей практической реализации для стабилизации общественного развития и снижения межпоколенческой напряженности в связи с нагрузкой на экономически активную молодежь. Эти теории называются теориями успешного и активного старения. На первый взгляд, они отображают оптимум использования возможностей старшего возраста, однако здесь существуют и некоторые несостыковки.

Ключевые слова: старение общества, социальный потенциал, социальные ресурсы, теории старения, успешное старение, активное старение.

Kukhta M. Ways of Prevention of Exclusion of People of the Old Age of Social Life

The article substantiates the need to consider the experience of overcoming the negative effects of aging populations in the West. Developed countries have faced the problem of the aging population of previously developed countries, including Ukraine. The models produced there are aimed at actualizing the social potential of older people. The purpose of the article is to analyze the advantages and disadvantages of the models of increasing the social potential of older people in the West. Actualization of the internal social potential of older people may take place at the expense of the institutional efforts of society, or at the expense of the efforts of the group itself. Ideally, these two paths are combined. However, this occurs only in the case of the very initial high level of resource efficiency of the group itself – the corresponding level of health, material support, etc. – that is, the preservation of the characteristics inherent in the middle age group.

Scientific theories related to aging have been reorientated from the purely theoretical perspective to consideration of the practical implementation possibilities for stabilizing social development and reducing intergenerational tensions due to the burden on economically active young people. These theories are called successful and active aging. At first glance, they reflect the optimum use of the opportunities of the elderly, but there are some inconsistencies.

The article proves that the main problem, in particular for Ukrainian society, is to preserve prospects for the final segment of the life course. Its solution should be focused on the warning aspect of the program of active aging, since aging requires strategies to improve the health and well-being of the elderly. The new active paradigm of aging, aimed at facilitating the preservation of both physical and mental abilities, is based on providing older people with the opportunity to work longer, and to provide healthier and more productive years after the end of working life.

Key words: social resources, social potential, theories of aging, successful aging, active aging.

УДК 316.72

O. ORLOVA

FORMING THE CIVIC ACTIVITIES OF UKRAINIANS IN THE CONTEXT OF LIMITATION OF THEIR REAL SOCIAL AND POLITIC ACTIVITY BY AUTHORITIES

The article deals with the peculiarities of the Contemporary Western civilization and its culture of rational market behavior of individuals. The instrumental role of information as an important resource of contemporary markets and means of communication in social networks is determined. The article represents the analysis of the formation process of virtual field of Ukrainians' social activities in the context of limitation of their real politic activity by authorities as well as the study of online communication culture.

Key words: rational culture «universal civilization», culture of Internet communications, political culture, social network, information, political protest activity.

For the last decade the Ukrainian political life is undergoing significant changes that affect the life conditions and attitudes of the wide sections of population. The new life conditions cause either apathy towards oligarchic politics or understanding the necessity to fight for one's rights.

Against this turn of events in Ukraine there is a stratum of socially active population (carriers of a new culture of online communication) for which adverse domestic circumstances civic activities dictated by legislative restrictions by the authorities, is an incentive to find new, previously not typical for our society forms of political activity related to the virtual space of social networks. The article is devoted to the analysis of these innovation phenomena.

According to V. Naipaul modern Western civilization has become «universal» in many respects. Many indicators suggest that it can be considered the result of a social order based on consistent implementation of ideas «Enlightenment project» and criticized the traditional social order based on the principles of moral duty and religious faith.

In 19th and 20th centuries such social order in the developed Western countries began to be formed on the basis of the principles of conscious and rational arrangement of public life on grounds of rational scientific knowledge in the propagation of atheism and repression of religion from the public sphere in private. All this symbolized the emergence of new principles of rational culture of the modern social order.

Undoubtedly, rational thinking of individuals in modern Western countries encourages the development of the capitalist market. It is the rational and scientific-based decision making that enables the participants hope for success in competition with others.

Friedrich Hayek wrote: «It is not rationality that is necessary precondition of competitive market functioning but the very competition and its supporting traditions that stimulate this rationality». However, market participants should

be free in making decisions about how to act, or rationality of thought had the possibility of full participation in their ongoing operations. Therefore market relations support individualism in individuals' social behavior, i. e. more or less complete individual's freedom from society, and the priority of his/her personal goals and motives over social ones. Thus humanistic principles of freedom and self-development of individuals, and rationalism and scientific knowledge, as well as individualism in motivating social behavior of individuals appeared to be closely linked.

At the industrial stage of development of mankind, it became clear that the livelihoods of the capitalist market, despite the rational behavior of participants do not guarantee the expected results of the fact that these results are often determined by a set of random factors. After all, market relations all individuals seek to implement only their private interests, are constantly in conflict with private interests of others. In moments of these contradictions will most significantly reliably nobody knows. As a result, the markets individuals to constantly respond to acts of random factors that are unpredictable for individuals.

Drivers of modern markets are a factor that determines market processes internally and directly affects the adoption of rational and informed decisions regarding these markets becomes information. Usually is crucial information that is not directly related to the sphere of interests of market participants. This primarily attributable to the markets where there is significant information not only from the field of economics and finance, but also the socio-political sphere over the world or region example of statistical indicators of changes in the economy and public administration. Such information is quickly outdated, but since its inception it identifies opportunities in the implementation of the interests of market participants. For example, projections of results and progress in the last USA presidential election in November 9, 2016, where resolve conflict intrigue Clinton – D. Trump, was the driver CFD market and caused substantial price fluctuations.

As a result, market participants such important possessions timely information from various areas around the world. For these purposes, participants in financial markets using specialized hardware and software that are based on computers and computer networks. With their help, they support their awareness of everything that could be useful to them in making decisions, and most are committed to A. Toffler called «design information», which is involved in the spread between market participants the information, to facilitate decision-making for its distributors. This instrumental attitude to information transferred from the sphere of market relations in non-market – for example, in the social sphere, in the sphere of science, art and culture. In such circumstances, information from various areas, as well as in financial markets, becoming a tool of society, as news reports identify social needs of individuals and opportunities to meet them. But as the financial markets, information quickly becomes obsolete, forcing individuals always interested in relevant data from different areas. This demand for information creates favorable conditions for its production and distribution.

Under these conditions, individuals form their own view of the world and of the processes occurring in it, based on the information. Its value is that it helps to make the best decision. As a result, individuals consuming a variety of information, become dependent on it, constantly reacting to changing information supply, which eventually determines the identity of individuals.

Social networks on the Internet represent a set of hardware and software and information services that support participants in this communication network using messaging. The peculiarity of modern social networks is the need to register to participate in it, by creating your profile, which reflects a statement. Terms formation profiles can be specified requirements of owners, managers and public opinion to its users.

According to members of the social network profiles of relatives recognizes them interest of users and grouped so-called «friends». Services, Social support these community members united by common interests and history of information exchanges, the priority themes of communication and others. Over time, these groups were adopted by the contracting rules and the style of communication and personal relations between their members, who mostly supported communication online.

Community groups in social networks monitor compliance with rules and regulations, making social networks to social institutions. Unwilling to comply with these rules exclude groups of «friends». Therefore, Social groups established high level of trust and solidarity, mainly limited information online activity.

This information activity supports and promotes individualism and rationality in decision-making group members of social networks. Mutual trust and solidarity are formed and are not supported by common values and ideals and situational, on ground of temporary consensus in following the rules of their groups. The information that circulates in these groups are constantly changing depending on external conditions, which are, in particular, the functioning of markets, governments, NGOs and various news from other areas. The individual retains his membership in the group, while circulating the information it interests him. This useful information for the individual groups should always be confirmed by active participants. Therefore are no long times mutual obligations of participants in group social networks are not. Their regulatory submission consensus in following the rules and norms of their group information is temporary.

The set of information messages circulating in groups on social networks is changing much faster than the material world, which describes these reports. In the minds of members of group's together information messages up into separate episodes poorly connected. This fragmentation of information is on the events shaping modern life and fragmentation of individuals, including people on social networks. On this occasion Z. Bauman noted that «...the fragmented life tends live episodes as the turn of disconnected events».

In such circumstances, the common motive activity groups are belonging to short-term information projects. These projects are determined periodically

changing themes aggregates information messages that determine the direction of the communication group members of social networks among themselves. The objectives of such projects are almost never achieving a particular result, because it would mean the project ends. Such projects are important ongoing joint activity of participants, defined their individual motivation rather than the requirements of the project leaders. Equally significant objective of the project is the involvement of his new Internet users.

Implementation of joint projects, imitation contracting rules and regulations of information, displays of mutual trust and solidarity often create the illusion that the groups involved in social networks promotes civil society. But the activity of group members, Social weakly associated with the formation of civil society, precisely because it is a manifestation of a virtual environment. Civil society is a support abstract universal values principles of community that define the social interactions of the real world. However, this does not prevent the emergence of social networks in groups of group leaders of thought that attempt to use the common interests and characteristics of communication between members of their teams in real political purposes.

Members of social networks are easy to learn rules and regulations of the new social order based on rationalization and secularization of public life, typical of developed countries. This is because the Internet itself, users broadcasting rules and regulations of the social order, was the most important factor in its global spread. On the ground of their rationality members of groups of social networks is relatively easy to establish rules and regulations of the social order in their communications in a virtual environment and barely or not at all can implement them in real society.

The reason for these difficulties is that the real social order as opposed to the social networking groups established spontaneously as a result of countervailing actions of many individuals. And this spontaneous social order often imposed targeted activities of the government, which contributes to the not public, private interests and influential representatives of oligarchic clans. Such purposeful activity of the authorities to strengthen the stability of the social order, but rather it creates additional tension. It is also that the actions of the authorities very rarely take into account patterns of spontaneous self-organization in society. Indeed, because of the complexity of social processes and phenomena authorities do not have enough complete and objective information about their development as citizens with experience and practical knowledge in this field in our country is not accepted processes involve the formulation and implementation of government decisions.

The procedure established in the internet rationally defined arrangements. This is possible because Internet – virtual environment created by professionals motivated to rational plans. But in the real world to create and maintain certain rational social order impossible. Because social reality outside the Internet seems in many participants irrationally organized social networks in which government action this support irrationality rather than eradicate. This

irrationality is the reason that the participants in the real world social networks more difficult than the Internet, to succeed. And they assess the activities of the government, as an obstacle to the realization of their interests.

Changing social conditions of life requires members of groups of social networks are an activity in the real world, where there are the aforementioned authorities. And in some cases, they begin to show such activity in the real world. Typically, this activity leaders organized groups of social networks through projects are used to their members.

In the political sphere of activity of group members, Social work, when their leaders are trying to influence the definition of critical resources and ways of solutions to the problems of the real world, because these decisions depend on who holds positions in government and manages the resources. In the period of preparation and holding of early presidential elections in Ukraine 25. V.2014 and early elections of deputies in the Verkhovna Rada of Ukraine 26. X.2014 social groups, participants often tried to achieve fairness and justice propaganda campaigns accuracy of the vote count, excluding the effect of administrative resources and others.

On the one hand, such a policy project activity participants social networks similar to the project activity politicians who also seek not so much to realize social goals as possible to attract more people to their political projects for their legitimacy. On the other hand, professional politicians have monopolized sphere of political activity and do not compete with their political projects in any other, including the projects of social networking groups. This is done primarily through the adoption and application of the law on elections and political activity, giving priority to long-established party policy projects. Sometimes it may be laws prohibiting or restricting the forms of protest. Over the past three years trying to establish such laws were made twice 16.I.2014 Package «dictatorship of law» V. Oleinyk – V. Kolesnychenko (Khomenko, 2014); 24.II.2015, bill number 2225 (on the protection and preservation of state authority) K. Mateychenka [5].

The functioning of the market in our country is under conditions of constant violations by law. Informal rules define relationships in the market, unfair competition, the use of administrative resources for private interests. Market relations are area of non-market activities, destroying traditional and religious values, reducing the importance of moral obligation inheritance in decision-making by citizens and officials in various fields. It is no exception policy area. In politics in decision-making and execution have also had a significant morale that, in particular, is the cause of election law. The foregoing confirmed by monitoring the situation in the preparation and conduct of presidential elections in Ukraine in [4] and deputies in the Verkhovna Rada of Ukraine in October 2014, May 2014.

Most likely, this whole set of problems the citizens of Ukraine estimated as a manifestation of negative trends in the country, which may include growing social inequality, poor quality social security and similar facts. Overcoming this

negative trend in the development of many citizens of Ukraine associated with the idea of European integration. The appearance and rooting the idea in the public mind was preceded by a long preparatory period. Then it was announced little understood among ordinary citizens deferment of the European integration process. As a result, a set of factors (unjustified expectations, the crisis in Ukraine, which aggravated against the background of a long-term global crisis) and led to the radicalization of sentiments of people unwilling to put up with what is happening. What happens next is known: from 21. XI.2013 by 22. II.2014 Euromaidan protests in Kyiv and other cities gradually develop in the Ukrainian Evrorevolution [1].

The revolutionary events took place. But according to a survey Fund «DIF» and «Center for Economic and Political Studies» held in 2013 and 2014, GG, Ukrainians believe that in most areas of life in 2014 significantly worsened the position (even in comparison with 2013 Denim g., which also showed a negative trend).

The manifestation of the negative trends in the Ukrainian society is well understood by managers, entrepreneurs, employees of private companies, workers professions and representatives of other socially active groups whose citizenship required social activity. Because of the habit of rational thinking similarly evaluate the negative trends in society groups and members of social networks. That's why all of these people and actively participated in the previously mentioned protests.

Protests in social networks – a new for Ukraine form social protest. It is a manifestation of the virtualization environment, socio-politically active Ukrainian appearing as a rational answer highly educated and socially active citizens in government efforts to legally limit legal framework civic activities. But the Ukrainian communications features to consider real socio-political and virtual environments. Consider that the experience protest organizational activities in these different environments, because they (the environment) regulate different standards are influenced by various factors and logic development. The virtual environment more efficiently furnished and experience of it has not been replaced experience of participation in real politics, where the results of the project as defined set of objectives and random factors. So it is with these considerations, the virtual environment can be regarded as ancillary, not an alternative field of civic activities. And the Internet is possible to use as a tool for mobilizing citizens. On the positive change in the real social – political environment, they can be achieved only on condition of focused training people to participate in politics, and this is possible through the lumen and Ukrainian involvement in this real politik.

References

1. Баркар Д. Євромайдан переростає у Єврореволюцію? *Радіо Свобода* (*radiosvoboda.ua*), 24.11.2013. URL: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/-25178760.html>.
2. Бауман З. Индивидуализированное общество. Москва : Логос, 2002.

3. Збір гуманітарки для переселенців: Submitted by Maria on Fri, 02/13/2015. *Євромайдан SOS*. URL: <http://euromaidansos.org/uk/node/250> (дата звернення: 23.11.2017).
4. Звіт довгострокового спостереження за позачерговими виборами Президента України 25 травня 2014 р. : за даними ВГО «Комітету виборців України», 8–22 трав. 2014. – 14 с. URL: <http://www.slideshare.net/victorkylymar/dts-04president-35040777?related=1>.
5. 3 Ради відкликали законопроект про заборону критики влади. *УНІАН*. 02.03.2015. URL: <http://www.unian.ua/politics/1050484-z-radi-vidklikali-zakonoproekt-pro-zaboronu-kritiki-vladi.html> (дата звернення: 23.11.2017)..
6. Ионин Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу. Москва : Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. с.
7. Лекторский В. А. Исторические типы рациональности : в 2 т. / ред. кол.: д. филос. н. П. П. Гайденко, В. А. Лекторский, ак. В. С. Степин ; отв. ред. д. филос. н. В. А. Лекторский. Москва : ИФРАН, 1995. Т. 1. С. 3–5.
8. Пантин И. К. «Оранжевые» пилюли от российских болезней. *Полис*. 2010. № 6. С. 177–181.
9. Поппер К. Р. Открытое общество и его враги : в 2 т. Москва : Международный фонд «Культурная инициатива» : Феникс, 1992. Т. 1. 446 с.
10. Почти 90 % украинцев считают, что ситуация в стране ухудшилась – опрос. *УНІАН*. 29.12.2014. URL: <http://www.unian.net/society/1027562-pochti-90-ukraintsev-schitayut-cto-situatsiya-v-strane-uhudshilas-opros.html> (дата звернення: 23.11.2017)..
11. Стан свободи слова під час парламентських виборів 2014. Звіт підготовлено в рамках проекту «Мережа медіа-спостерігачів», який виконує ІМІ за підтримки Freedom House та МЗС Норвегії. Київ, 2014. 52 с.
12. Тоффер Э. Шок будущего. Москва : АСТ, 2008.
13. Угрозы на Востоке и Юге Украины на 30 апреля: оценка от группы ИС (инфографика). *Информационное Сопротивление*. 30.04.2015. URL: <http://sprotyv.info/ru/news/ugrozy-na-vostoke-i-yuge-ukrainy-na-30-aprelya-ocenka-ot-gruppy-infografika> (дата звернення: 23.11.2017)..
14. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода. Санкт Петербург : Пневма, 2003.
15. Хоменко С. «Ручні» закони: путч чи запорука благополуччя? *BBC Україна*. 16.01.2014. URL: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2014/01/140116_parliament_thursday_sx.shtml (дата звернення: 23.11.2017)..
16. Judah T. Ukraine: Inside the Deadlock. *New York Review of Books*. 2015. May 7. Vol. 62. № 8. URL: <http://www.nybooks.com/articles/archives/2015/may/07/ukraine-inside-deadlock/> (дата звернення: 23.11.2017)..
17. Naipaul V. S. Our Universal Civilization: The 1990 Wriston Lecture: The Manhattan Institute, Oct. 30, 1990. *New York Review of Books*. 1991. Jan. 31. Vol. 38. № 3. P. 22–25.
18. Eisenstadt S. N. Traditional Patrimonialism and Modern Neopatrimonialism. London : Sage, 1973.

Стаття надійшла до редакції 14.12.2017.

Орлова О. И. Формирование общественной деятельности украинцев в условиях ограниченных властью их активности в реальной социальной и политической среде

Статья направлена на рассмотрение особенностей современной западноевропейской цивилизации и ее рациональной культуры, учитывая рыночные отношения в поведении индивидов, определена инструментальная роль информации как важного ресурса современных рынков и способа коммуникации в соцсетях. Проанализирован процесс формирования виртуального поля общественной деятельности украинцев в

условиях ограничения их активности властью в реальной социополитической среде и рассмотрена культура интернет-коммуникаций.

Ключевые слова: рациональная культура «универсальной цивилизации», культура интернет-коммуникаций, политическая культура, соцсети, информация, социальная и политическая протестная активность.

Орлова О. І. Формування громадянської діяльності українців за умов обмеження владою їх активності в реальному соціальному і політичному середовищі

Стаття присвячена розгляду особливостей сучасної західноєвропейської цивілізації та її раціональної культури з ринковою поведінкою індивідів, визначено інструментальну роль інформації як важливого ресурсу сучасних ринків та засобу комунікації в соцмережах. Проаналізовано процес формування віртуального поля громадянської діяльності українців за умов обмеження їх активності владою в реальному соціополітичному середовищі та розглянуто культуру інтернет-комунікації.

Ключові слова: раціональна культура «універсальної цивілізації», культура інтернет-комунікації, політична культура, соцмережа, інформація, політична протестна активність.

УДК 316.012 (316.6)

І. О. СВЯТНЕНКО

ГЕНДЕРНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ: ПРОЕКТ ПРОГРАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Статтю присвячено побудові проекту програми емпіричного дослідження статичних та динамічних складників гендерної культури. Соціо-системологічний підхід, який синтезує методологію структурного функціоналізму, структуралізму й символічного інтеракціонізму, дає змогу зробити такі висновки щодо загальних характеристик української гендерної культури. По-перше, гендерний аттрактор цієї культури є представленим відповідною структурою колективного несвідомого, яким є образ Великої Матері-землі. По-друге, гендерні ідентичності чоловіків і жінок в українській гендерній культурі формуються переважно як розщеплені (трансфігуровані). По-третє, матрімоніальна нуклеарна сім'я в умовах української гендерної культури набуває діахронічної форми.

Ключові слова: гендерний аттрактор, гендерна місія, гендерна ідентичність, гендерний світогляд, гендерна спрямованість, гендерний характер, гендерні сценарії, гендерні норми.

В українському суспільстві є поширеними явища гендерної нерівності, які в буденному житті маскуються під свою протилежність, тобто гендерну рівність та відповідну їй ідеологію позірною егалітаризму. Як чоловіки, так і жінки керуються подвійними гендерними стандартами й сценаріями, що знаходить своє заломлення в руйнівних щодо обох статей соціальних сценаріях поведінки. Означені стандарти й сценарії є частково зафіксованими в чинному українському законодавстві (правових нормах), частково представлені в моральних нормах (нормах соціальної моралі).

Проблема дослідження полягає в суперечності між науковими оцінками української гендерної культури як патріархатної (біархатної) та її фактичним матріархально-сексистським наповненням. Ця суперечність має наслідком викривлену оцінку стану гендерних відносин і потребує свого розв'язання шляхом опрозорення відповідних емпіричних проявів генікократичного гендерного расизму, матріархального сексизму та андроцидарної спрямованості сценаріїв гендерної поведінки, реалізація яких створює передумови для скорочення чисельності населення та зниження якості його життя.

Статтю присвячено побудові проекту програми емпіричного дослідження статичних та динамічних складників гендерної культури.

Поняттєвий апарат дослідження представлено в монографії Ю. Романенка «Етнічна ідентичність: соціосистемологічний вимір геополітики». На основі поданої в цій праці моделі «культура-соціум-психіка-тіло» автором розроблено модель гендерної культури, яка складається з елементів трьох груп (див. нижче). Теоретико-методологічні засади дослідження викладено в працях Є. Балабанової, Дж. Батлер, Т. Бендас,

С. де Бовуар, Г. Бондар, О. Горошко, Дж. Мітчел, О. Новостолова, Н. Чодороу та ін. [1–23].

Дослідження зазначених фахівців у галузі соціології та психології гендеру, гендерної культури стосуються різних аспектів гендерної ідентифікації і емансипації, матріархату і патріархату, андроциду і матріархального расизму і сексизму, гомофобії тощо. Допоміжними щодо дослідження можна вважати праці Ю. Романенка, Г. Бондар, В. Крячка [7; 12; 19–20], у яких висвітлено проблеми української етнічної ментальності та її впливу на гендерну культуру, її окремі явища, зокрема гендерну дискримінацію, що впливає з геніколатрії, матернолатрії та андроцидарного матріархату.

Метою статті є побудова проекту програми емпіричного дослідження гендерної культури України. Завданнями статті є визначення об'єкта, предмета, мети, робочих гіпотез емпіричного дослідження, теоретична та емпірична операціоналізація ключових понять, необхідних для побудови опитувальника (анкети).

Об'єкт дослідження – гендерна культура України.

Предмет дослідження – особливості статичних та динамічних складників гендерної культури України.

Мета дослідження – побудова інтегрованої моделі взаємодії статичних та динамічних складників гендерної культури України.

Робочі гіпотези дослідження.

1) змістом гендерного атрактору як центруючого складника гендерної культури України є переважання геніколатричних та матріархальних складників;

2) гендерні місії різних ідентичностей в гендерній культурі України є субмісивними щодо геніколатрії й матріархату;

3) гендерні ідентичності в гендерній культурі є, високоюмовірно, розщепленими й дифузними, оскільки містять неінтегровані одне з одним матріархальні і патріархальні, фемінні і маскулінні компоненти;

4) гендерний світогляд (карта векторів активності осіб чоловічої та жіночої статі) є базованим на філософії та ідеології матріархального гендерного расизму та сексизму, яка припускає спрямований і неспрямований андроцид;

5) гендерні спрямованості осіб чоловічої статі є переважно субмісивними щодо спрямованостей осіб жіночої статі, що означає визначення векторів активності чоловіка на основі інтересів матріархальної сім'ї;

6) ціннісні орієнтації обох гендерних груп (чоловічої та жіночої) є зміщеними на мікрорівень соціальних відносин і фактично збігаються з потребами матріархальної сім'ї;

7) ієрархії цінностей у гендерній культурі формуються на емоційно-чуттєвих засадах, що зумовлює переважання ознак стихійності, ситуаційної залежності, мінливості і їх фактичне витіснення ціннісними гетерархіями;

8) статусно-рольові ієрархії в гендерній культурі є сформованими так, що діти й жінки виявляються вищими за чоловіків; представники маргінальних та девіантних гендерних груп посідають найнижчі місця в гендерній стратифікації;

9) гендерні характери є зміщено-фемінізованими в чоловіків та зміщено-маскулінізованими в жінок (при виборі належних рис) та розщепленими (при виборі фактичних рис);

10) в гендерних сценаріях має місце фактична віктимізація чоловіків, що є наслідком прищепленого їм у процесі соціалізації мазохізму та нарцисизму;

11) нормативні вимоги щодо чоловіків у гендерній культурі України є жорсткішими, порівняно із жінками; щодо чоловіків та жінок припускаються подвійні стандарти при застосуванні санкцій за ті чи інші вияви девіантної поведінки (безвідносно до сфери діяльності, в якій вони мають місце).

Завдання емпіричного дослідження.

1) довести переважання геніколатричних та матріархальних складників у гендерному атракторі;

2) розкрити й пояснити субмісивність місій різних гендерних груп щодо геніколатрії та матріархату;

3) продемонструвати розщепленість і дифузність ідентичностей ключових гендерних груп;

4) продемонструвати, довести й пояснити прояви расизму та сексизму як складників гендерної філософії й ідеології, яка припускає спрямований і неспрямований андроцид;

5) довести й пояснити субмісивність (підлеглість, залежність) гендерних спрямованостей осіб чоловічої статі щодо осіб жіночої статі;

6) продемонструвати, розкрити та пояснити визначення векторів активності чоловіків на основі інтересів матріархальної сім'ї;

7) розкрити і пояснити емоційно-чуттєву зумовленість ціннісних орієнтацій у гендерній культурі та їх гетерархічну структурованість;

8) продемонструвати та пояснити вищість жінок і дітей як гендерних груп щодо чоловіків та маргінальних (девіантних) гендерних груп у гендерній стратифікації;

9) продемонструвати, розкрити й пояснити розщепленість (зміщену фемінізованість і маскулінізованість) у чоловіків та жінок у гендерному характері двох базових статевих груп;

10) охарактеризувати, описати та пояснити гендерну віктимізацію чоловіків як наслідок щеплення диспозицій мазохізму та нарцисизму;

11) довести й пояснити подвійні стандарти щодо чоловіків та жінок при застосуванні санкцій за ті чи інші вияви девіантної поведінки, а також вищу жорсткість нормативних вимог щодо чоловіків порівняно із жінками.

Теоретичне визначення та емпірична інтерпретація основних понять дослідження

У теоретичній та емпіричній інтерпретації понять автор виходить із соціосистемологічної моделі Ю. Романенка, яку було обґрунтовано в монографії зазначеного автора. Відповідно до логіки цієї моделі, гендерна культура містить три групи елементів, які виконують три групи функцій.

Ці елементи поділяються на:

1) центруючі (задають центри аксіостазиси гендерної культури):

1.1. *гендерний аттрактор* (виходячи з поліетнічності культури в Україні – гендерні аттрактори);

1.2. *гендерну місію* (гендерні місії);

1.3. *гендерну ідентичність* (гендерні ідентичності);

1.4. *гендерний світогляд* (визначає відповідний ідентичності континуум (в термінології Ю. Романенка – часопростір);

2) вертикалізуючі (задають ієрархічну будову гендерної культури):

2.1. *гендерну спрямованість* (визначає напрями активності ідентичності в межах її карти світу);

2.2. *гендерну ієрархію (гетерархію) цінностей* (відповідає за визначення просторово-часової послідовності руху в межах спрямованості (резервування та розподіл часу й простору щодо різних духовно-матеріальних, соціальних та інших об'єктів);

2.3. *статусно-рольову ієрархію*, яка виступає культурною моделлю стратифікації соціогендерних груп і відповідає гендерній ієрархії цінностей.

3) ординалізуючі (упорядковуючі):

3.1. *гендерний характер* як метасценарій спрощення психіки особи шляхом її ототожнення з однією або декількома (частіше – декількома) образами соціальних груп у статусно-рольовій ієрархії;

3.2. *гендерні сценарії* (скрипти) інтегровані поведінкові репертуари, які визначаються характером;

3.3. *гендерні норми* (патерни цілепокладання) – зразки порядкування окремих дій у межах гендерних скриптів на основі контролю за результатами (зіставлення сценарно-запланованого й фактично-досягнутого).

Емпірична операціоналізація ключових понять дослідження

Емпірична операціоналізація ключових понять дослідження може бути подана у вигляді табл. 1.

Обґрунтування проекту вибірки. Вибіркова сукупність складається з 600 респондентів, опитаних у містах Києві, Дніпрі, Івано-Франківську (кількість респондентів у кожній з підгруп становить 200 осіб, з них: чоловіків – 270 осіб, жінок – 330 осіб). Вибірка є стратифікованою за п'ятьма ознаками: стать, вік, етнічна ідентичність, гендерна ідентичність, регіональна ідентичність.

Таблиця

Емпірична операціоналізація ключових понять дослідження

Ключове поняття дослідження	Оціночна шкала	Запитання в опитувальнику
<i>Гендерний атрактор</i>	Шкала матернолатричнос-ті/патернолатричності: жінка як богопо-дібна (янголоподібна) істота; жінка як істота, що має першість (вищість) над чо-ловіком; жінка як істота, залежна щодо чоловіка	1
<i>Гендерна місія</i>	шкала вищості/субординованості/-рівності: гендерний расизм/гендерна уза-лежненість/гендерна рівність	2–3, 19
<i>Гендерна ідентичність</i>	Маскулінні ідентичності; фемінні іденти-чності; змішані (дифузні, розщеплені) ідентичності; міноритарні та девіантні ідентичності (геї, лесбійки)	17
<i>Гендерний світогляд</i>	Андроцентризм/генікоцентризм, андро-цид	12
<i>Гендерна спрямова-ність</i>	Гендерна автономність/гендерна субмі-сивність	19
<i>Гендерна ієрархія цінностей</i>	Мікрорівневі цінності/мезорівневі цінно-сті/макрорівневі цінності	14
<i>Статусно-рольова ієрархія</i>	Чоловіки/жінки/діти	8, 18
<i>Гендерний характер</i>	Маскулінність/фемінність, квазімаску-лінність/квазіфемінність	15–16
<i>Гендерні сценарії</i>	Гендерна віктимізація	6–7, 9, 11
<i>Гендерні норми</i>	Єдині стандарти/подвійні стандарти	4–5, 13, 20

Методи збору соціологічної інформації. Методами збору соціологічної інформації автором обрано дві різновиди опитування: а) анкетне опитування за стандартизованим опитувальником; б) напівструктуроване глибинне інтерв'ювання з опитувальником, що містить навідні запитання без стандартизованих відповідей.

Висновки. Соціо-системологічний підхід, який синтезує методологію структурного функціоналізму, структуралізму й символічного інтеракціонізму, дає змогу зробити такі висновки щодо загальних характеристик української гендерної культури.

По-перше, гендерний атрактор цієї культури є представленим відпо-відною структурою колективного несвідомого, яким є образ Великої Мате-рі-землі. Сама по собі ця структура соціетальної психіки (колективного не-свідомого) набуває інституційної форми через систему гендерної соціалі-зації на всіх її рівнях (соціалізація в рамках сім'ї, у закладах дошкільної, середньої та вищої освіти). Визначення гендерної місії чоловіків щодо місії жінок можна визначити як гендерну субмісивність, з якою кореспондує жінкозалежний статус чоловіків як спільноти, яка має здійснювати щодо жінок і дітей допоміжні (а не провідні, лідерські) функції.

По-друге, гендерні ідентичності чоловіків і жінок в українській гендерній культурі формуються переважно як розщеплені (трансфігуровані), що відтворює відповідну суперечливість соціогендерної поведінки в аспекті атрибутування в жінок чоловічих прав і обов'язків та відповідних соціальних експектацій гендерної поведінки; у поведінці чоловіків переважає, відповідно, пасивно-фемінна складова, чому сприяє модель виховання, спрямована на порушення кордонів особистості й легітимізації її в гендерній культурі завдяки гіперпротективності матерів щодо чоловіків (патерн, який знаходить продовження в шлюбі у вигляді гіперпротекції жінок щодо чоловіків). Таким чином, гендерна трансфігурація в міжособистісних партнерських і шлюбно-сімейних відносинах сприяє викривленню гендерної свідомості на догоду ідеології матріархального расизму й сексизму.

По-третє, матрімоніальна нуклеарна сім'я в умовах української гендерної культури набуває діадичної форми, тобто класична тріадна схема стосунків у сім'ї (батько-мати-дитина) замінюється на діадну за рахунок сценарію периферизації-витіснення чоловіка за межі сімейного простору й позиціонування його як суб'єкта обслуговуючої діяльності щодо забезпечення споживчих проектів матері та дитини.

Список використаної літератури

1. Балабанова Е. Зависимость женщины: теоретические подходы к изучению. *Гендерные исследования*. 2000. № 4. С. 266–277.
2. Батлер Дж. Чисто культурное. *Введение в гендерные исследования*. Харьков, Санкт-Петербург, 2001. Ч. 2. С. 289–306.
3. Безант А. Человек и его тела. Магнитогорск : Амрита-Урал, 1996. С. 206–216.
4. Бендас Т. В. Гендерная психология : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 431 с.
5. Берн Ш. Гендерная психология. Санкт-Петербург : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002. 320 с.
6. Бовуар С. де. Второй пол. Санкт-Петербург : Алетейя, 1997. 356 с.
7. Бондар Г. Г. Соціокультурні засади концептуалізації гендерної нерівності в українському суспільстві : дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2012. 266 с.
8. Гомофобия. *Словарь гендерных терминов*. URL: <http://a-z-gender.net/homofobiya.html> (дата обращения: 14.12.2017)
9. Гомофобия. *Национальная психологическая энциклопедия*. URL: <https://vocabulary.ru/termin/mizandrija.html> (дата обращения: 14.12.2017)
10. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании. *Введение в гендерные исследования*. Харьков, Санкт-Петербург : Метадон, 2001, Ч. 1. с. 508-543.
11. Кауфман М. От плоти к стали: маскулинность как коллективная галлюцинация. *Гендерная педагогика и гендерное образование в странах постсоветского пространства* : сб. материалов междунар. летней школы. 2001. Иваново, 2002. С. 20–49.
12. Крячко В. І. Українська ментальність: соціодагностичний аспект : дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2010. 216 с.
13. Мизандрия. *Национальная психологическая энциклопедия*. URL: <https://vocabulary.ru/termin/homofobija.html> (дата обращения: 14.12.2017)
14. Мизандрия. *Словарь гендерных терминов*. URL: <http://a-z-gender.net/mizandriya.html> (дата обращения: 14.12.2017)

15. Митчелл Дж. Женская сексуальность. Жак Лакан и école freudienne. *Введение в гендерные исследования*. Харьков; Санкт-Петербург: Метадон, 2001. Ч. 2. С. 534–560.
16. Лауретис Т. де. Риторика насилия. Рассмотрение репрезентаций и гендера. *Антология тендерной теории*. Минск: ПроPILEI, 2000. С. 347–373.
17. Новоселов О. Женщина: учеб. для мужчин. URL: <http://humans-ethology.com/#reader1> (дата обращения: 14.12.2017)
18. Розя Ю. Ю. Смертність в Україні: теоретико-соціологічний аспект: дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.01. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2013. 218 с.
19. Романенко Ю. В., Святненко І. О., Зінченко А. А. Візуалізації в медійно-комунікаційному просторі: соціо-системологічний підхід: монографія. Київ: Вид-во ІМВ, 2014. 436 с.
20. Романенко Ю. В., Святненко І. О., Поцелуйко А. О., Ташенко А. Ю., Медведєва Ю. Ю. Етнічні ідентичності в дзеркалі тілесності та практик харчування: монографія. Київ: Вид-во ДУТ, 2015. 437 с.
21. Ходоров Н. Воспроизводство материнства: психоанализ и социология пола. *Антология гендерной теории*. Минск: ПроPILEI, 2000. С. 29–76.
22. Freeman J. The social construction of the second sex. *Roles Women Play: Readings towards women's liberation* / ed. by Michele Garscof. Belmont, California: Brooks. Cole, 1971. 229 p.
23. Cahill S. E. Becoming Boys and Girls: Ph.D. dissertation. Department of Sociology, University of California, Santa Barbara, 1982. 158 p.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

Святненко И. А. Гендерная культура Украины: проект программы эмпирического исследования

Социо-системологический подход, который синтезирует методологию структурного функционализма, структурализма и символического интеракционизма, позволяет сделать следующие выводы относительно общих характеристик украинской гендерной культуры. Во-первых, гендерный аттрактор этой культуры является представленным соответствующей структурой коллективного бессознательного, которым является образ Великой Матери-земли. Во-вторых, гендерные идентичности мужчин и женщин в украинской гендерной культуре формируются преимущественно как расцепленные (трансфигурованные). В-третьих, матримонимальная нуклеарная семья в условиях украинской гендерной культуры приобретает диадическую форму.

Ключевые слова: гендерный аттрактор, гендерная миссия, гендерная идентичность, гендерное мировоззрение, гендерная направленность, гендерный характер, гендерные сценарии, гендерные нормы.

Sviatnenko I. Gender Culture of Ukraine: Draft of Empirical Research Program

The sociological and systemological approach that synthesizes the methodology of structural functionalism, structuralism and symbolic interactionism, allows us to draw the following conclusions about the general characteristics of Ukrainian gender culture.

First, the gender attractor of this culture is represented by the corresponding structure of the collective unconscious, which is the image of the Great Mother Earth. In itself, this structure of the societal psyche (the collective unconscious) acquires an institutional form through the system of gender socialization at all its levels (socialization within the family, in institutions of preschool, secondary and higher education). The definition of the gender mission of men in relation to the mission of women can be defined as gender subfamily, from which the dependent status of men as a community derives, which should provide auxiliary (rather than leading, leadership) functions for women and children.

Secondly, the gender identities of men and women in Ukrainian gender culture are mainly formed as split (transfigured), which recreates the corresponding inconsistency of sociogenetic behavior in the aspect of attributing women's rights and responsibilities to women and the corresponding social expectations of gender behavior; In the behavior of men, the passive-feminine component, respectively, is favored by the passive-feminine component, which is promoted by the model of education aimed at violating the boundaries of the individual and legitimized in the gender culture due to maternal hyperprotection against men (a pattern that continues to be in the form of hyperprotection women against men). Thus, gender transfiguration in interpersonal partnership and marriage-family relations contributes to the distortion of gender consciousness for the sake of the ideology of matriarchal racism and sexism.

Thirdly, the matrimonial nuclear family under the conditions of Ukrainian gender culture acquires a dyadic form, that is, the classical triple scheme of relations in the family (father-mother-child) is replaced by a dyadic one due to the scenario of peripheralization-displacement of the husband beyond the family space and positioning it as the subject of servicing activities for the provision of consumer projects for mother and child

Key words: *gender attractor, gender mission, gender identity, gender outlook, gender focus, gender, gender scenarios, gender norms.*

УДК 316

А. А. СОГОРІН

ОСНОВНІ ТРЕНДИ РЕКЛАМНОГО ВПЛИВУ В КОНТЕКСТІ ПОБУДОВИ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ СПОЖИВАЧІВ

У статті зазначено, що успіх рекламних повідомлень, в основній своїй масі націлений на продаж не тільки товару, а й способу життя, безпосередньо залежить від звернення до постійних гендерних конструктів, але разом з тим не є усвідомленими на раціональному рівні сприйняття індивідом міжстатевих відносин, так званих соціальних архетипів. Від того, чи ідентифікує потенційний споживач власне життя із запропонованою йому ситуацією або ідентичністю в медіа, залежить успіх рекламного повідомлення.

Ключові слова: *стать, ідентичність, спілкування, реклама, споживчі культури, жіночність, маскуліність, стереотип.*

Сьогодні однією зі значних соціальних проблем суспільства виступає існування гендерної стратифікації, яку слід розуміти як певний процес, який сприяє становленню гендеру як основи ранжирування соціальних груп та індивідів за ознакою статі. В Україні існує суперечність між наявністю в законодавстві гарантій рівності прав і можливостей гендерних груп, з одного боку, та існуванням гендерної дискримінації, яка проявляється на всіх рівнях соціальної реальності, – з іншого. Посиленню гендерної нерівності сприяє також взаємодія економічних і соціокультурних факторів. Очевидно, що серйозною перешкодою на шляху боротьби з гендерною «нечутливістю» українського суспільства є ставлення до проблеми гендерної рівності як до «надуманої», а також дотримання традиційним гендерним стереотипам, в рамках яких відбувається регламентація чоловічих і жіночих соціальних ролей. Гендерна нерівність конструюється в ході соціалізації, в процесі засвоєння чоловіками й жінками стереотипних уявлень про маскуліності [12, с. 17]. Важлива роль у формуванні та відтворенні гендерних стереотипів належить різним неформальним практикам, зокрема, рекламі. Наприклад, ніхто явно не висловлює сумнівів щодо здібностей жінок, їх права на самостійність і незалежність, але через різних агентів соціалізації, зокрема через рекламу, іде потік інформації, який несе ідеї «справжнього» призначення жінки в суспільстві – виконання нею обслуговуючих функцій і материнських обов'язків [10, с. 35]. Актуальною проблемою сьогодні стає виявлення розбіжностей, що виникають у свідомості споживачів у процесі зіткнення різних гендерних образів, трансльованих у рекламних повідомленнях, з образами-стереотипами, що склалися в реальному житті.

Гендерній проблематиці присвячені праці О. А. Вороніної [6], І. В. Костикова [5]. Гендерні стереотипи в рекламі досліджено в публікаці-

ях Х. Кафтанджієва [8], І. В. Трошева [13] і ін. Гендерні стереотипи на основі загальних методологічних підходів у західній соціології вивчали в декількох концептуальних напрямках: феміністських ідей і теорії гендерної асиметрії (Дж. Батлер, Л. Ірігарей, Г. Рубін), антропологічних та історичних досліджень гендеру (К. Леві Стросс), гендерних досліджень соціально-психологічного характеру (А. Адлер, Ш. Берн, Т. Кеніг).

Мета статті – аналіз проблематики конструювання гендерних стереотипів у дискурсах реклами.

Безперечним є те, що виробники товарів і послуг дуже зацікавлені в тому, щоб споживачі, незалежно від гендерної належності, соціального стану, віку, стали активними споживачами товарів, які організатори торгівлі просувають на ринку. Сьогодні спільнота споживачів поставлена в нові для себе умови, пов'язані зі свідомим і обґрунтованим вибором товарів і послуг, які дійсно повинні задовольнити індивідуальні потреби індивіда [8]. Відбулась зміна системи організації повсякденного звичного життя, але мета його залишається колишньою – формування однаковості всіх форм поведінки й свідомості індивідів. Реалізація визначених форм поведінки споживача, націлених на задоволення гедоністичних устремлінь, певною мірою досягається використанням гендерних образів, які представляються рекламою. І. Ріхардс [19], позначаючи два основних компоненти реклами, використовував терміни «оболонка» і «зміст». Змістом реклами є певна комерційна пропозиція – товар або послуга, які необхідно продати, використовуючи рекламу. Оболонкою реклами є форма, в якій подається ця комерційна пропозиція. Користуючись цією термінологією, зазначимо, що на споживача впливають змістовна сторона реклами та її оболонка разом. Було б помилковим відводити оболонці в рекламі тільки допоміжну роль. У разі, коли основний акцент у рекламному повідомленні робиться на методі свідомого переконання, важливу роль відіграють і так звані «фонові» елементи, які впливають менш відкрито, але не менш ефективно. Адже форма й зміст рекламного повідомлення взаємопов'язані, і лише в їх взаємодії виявляються глибокі психологічні установки реклами, які потім впливають на свідомість споживача. Досліджуючи мотиви придбання товарів і послуг, споживачів сьогодні можна класифікувати таким чином: гедоніст, якого цікавить догляд за собою й розваги; прагматик, який купує товар, виходячи з його корисності; колекціонер, якому подобається володіти певною річчю; нарцис, який купує речі, намагаючись наслідувати моду; шопер, який отримує задоволення безпосередньо від процесу вибору речі. Пересічний споживач зазвичай є носієм змішаного типу двох певних образних груп [2, с. 560].

Незалежно від того, який мотив має споживач, механізм дії реклами для всіх однаковий: у разі вдалої ідентифікації споживача з рекламним образом, індивід вирішує приміряти його на себе, таким шляхом отримуємо модифікований образ. Цей принцип дії є універсальним для формування

рекламою гендерних ідентичностей груп споживачів, адже саме від успіху ідентифікації з рекламним образом залежить, чи буде реклама ефективною. Наявність гендерних стереотипів організації повсякденного життя призводить до формування стереотипів споживання тих товарів, які необхідні для задоволення стійких потреб людини. Гендерні стереотипи широко використовують у рекламі, оскільки вони глибоко приховані в нашій підсвідомості, вони полегшують та прискорюють сприйняття людиною інформації.

Під чоловічим гендерним стереотипом ми зазвичай розуміємо поняття «мужній», «чоловічий», спираючись на традиційні характеристики чоловіків. З огляду на всі відмінності на фізіологічному й психологічному рівнях, цікаво, що чоловік асоціюється зазвичай з такими поняттями, як могутність, влада, незалежність, суперництво, свобода, цілеспрямованість, рух, дія. За даними А. В. Кириліної [9], у текстах реклами при характеристичі чоловіків частіше зустрічаються такі визначення: красивий, відомий, мужній, одружений. Чоловіки співвідносяться із сім'єю, сексуальністю, заробітками, а також агресією, високою мобільністю й руховою активністю. Також до чоловічих характеристик можна зарахувати професійну діловитість, прагнення до колективу, прагнення до політики, науки, мистецтва, спорту, полювання, військової сфери.

Під жіночим гендерним стереотипом ми розуміємо стереотип, що відповідає поняттю «жіночий» і «жіночність», спираючись на традиційні характеристики жінок, які зазвичай асоціюються з якостями ніжності, теплоти, м'якості, чутливості, зовнішньої привабливості, турботи, вірності, домашньою працею, сім'єю. Але можна зустріти також і негативні характеристики: слабкість, наполегливість, емоційну нестійкість, вульгарність. Жінка уособлює пасивність, піддатливість, беззахисність, довірливість, відсутність великого розуму. Уявлення про жінку як пасивну, залежну від чоловіка ще досить сильне в свідомості сучасних жінок. Хоча сьогодні вже намітилася тенденція до більш незалежного вільного становища жінки в суспільстві. Традиційно чоловічі риси (сила, надійність) у сучасних асоціативних експериментах можна зустріти й при характеристиці жінок. До жіночих характеристик також прийнято зараховувати хазяйновитість, прагнення до сім'ї, бажання навчатися.

Під змішаним гендерним стереотипом ми розуміємо стереотип, який відповідає поняттям «жіночий», «жіночність», «мужність», «чоловічий» одночасно. Тут потрібно враховувати відмінності в психологічному й фізіологічному рівнях, а також особливості сприйняття як чоловіків, так і жінок. Таким чином, беручи до уваги вищесказане, з'являється можливість розглядати гендерні стереотипи щодо матеріалу реклами [15, с. 121].

Реклама сьогодні стала невід'ємною частиною життя людей, одним з головних завдань якої є маніпулятивний вплив на якомога більшу кількість адресатів. Тому рекламний текст нерідко будується з опорою на гендерні стереотипи як на лінгвоментальний комплекс, який дозволяє спрогнозува-

ти абсолютно визначені асоціації в споживача реклами. Іншими словами, рекламні тексти спрямовані в цілому на масового адресата, з огляду на наявні в нього ціннісні орієнтації. Важливим компонентом комунікації в рекламі, що потребує особливої уваги, є власне сам спосіб подачі інформації. М. Маклюен наголошував, що «саме спосіб передачі інформації визначає й контролює масштаб і форму тієї чи іншої людської діяльності» [18, с. 24]. Водночас Ж. Бодрійяр, аналізуючи й розвиваючи ці ідеї, вважав, що «в наш час тотальної симуляції реальності всі складові змісту виявляються зведеними до форми засобу, за допомогою якого реалізується акт комунікації; сьогодні тільки засіб ще може створювати подію» [3, с. 42–43].

Все частіше вчені досліджують рекламу не лише як певна маркетингову стратегію, а більш широко – як антропологічний, культурний, соціальний феномен. Зокрема, А. Туркіна зазначала, що реклама несе в собі не тільки інформацію про товар, яка спонукає споживача до його придбання, її можна сприймати як якийсь ідеологічний код, вона вибудовує систему соціальних, політичних, моральних, сімейних цінностей. Дослідниця наголошувала: «Включення товарів у символічний обмін відбувається одночасно з матеріалізацією абстрактних цінностей, таких як почуття патріотизму, сімейні узи, пріоритет держави над окремим індивідом, над жінкою, домінування чоловічого типу сексуальності» [14, с. 402].

Реклама передає споживачеві не тільки інформацію про товари, послуги, ринку, вона містить відомості про політичні, громадські та інші типи відносин у суспільстві, зокрема міжособистісні. Відносини жінок і чоловіків у рекламі, як правило, досить стереотипізовані, спрощені: безпосередньо пропозиція товарів і послуг у рекламі зазвичай подається в контексті певних образів, що відображають позицію виробника реклами щодо суспільного ладу, статевої відносин і культурних конструкцій [13, с. 34].

Реклама, відкриваючи публічну дискусію про гендерні ідентичності, часто пропонує споживачеві конкретні засоби «посилення» за допомогою належної консюмеристської поведінки гендерної ідентичності та просуває ідею існування норм гендерних відносин [4, с. 103].

У консюмеристській культурі образи зазвичай не тільки зображують, а й формують навколишнє суспільство, і рекламний образ часто виглядає краще за свого референта, тому він постійно перебуває під тиском необхідності «дотягнути» до заданого ідеалу. Очевидно, що, крім проникності значень, запорукою успішного впливу реклами на споживача є її характер «спокушати»: вона не тільки дарує обіцянку отримати відразу після придбання продукту задоволення, а й, власне, формує бажання. Першим етапом процесу формування бажання є створення в уяві споживача бажаного об'єкта. У міфології споживання одним з провідних символів став образ жінки, який, включаючи і її тіло, є одночасно і засобом, і інструментом. Наступними за силою дії ефекту привабливості можна назвати дітей, потім тварин, і лише за ними – чоловіків, – така існує феноменологія. Вона до-

силь зрозуміла як з практичної точки зору, так і психологічної. Як слушно зазначав Ж. Батай, «теоретично чоловік може бути об'єктом бажання жінки, як і жінка є об'єктом бажання чоловіка. Не можна сказати, що жінки більш прекрасні або більш бажані, ніж чоловіки, проте в більшості випадків жінки більш відкриті до того, щоб бути бажаними» [1].

Соціальне життя суспільства за останні два десятиліття змінилося радикально, але сучасна жінка й зараз досить часто оцінює себе «очима чоловіка», коли уявляє себе об'єктом його бажання. Тіло жінки, таким чином, стає тим самим місцем, де поєднуються суспільна ідеологія й психологія. Таким чином, тіло, виступаючи елементом деякого «реального» порядку, має в рекламі атрибут панування, оскільки виступає інструментом виконання влади. Тіло жінки, яке сьогодні демонструється в рекламі, містить у собі функцію не тільки політичного, а й економічного обміну – його в більшості випадків можемо метафорично назвати «тілом західної реклами».

Чоловіки в рекламно-гендерному полі зазвичай не настільки глобально й повно ідентифікуються з проявом «статі». Зазвичай їх поведінка не зводиться цілком до поняття «статі», вона швидше є виразом соціального статусу людини і її індивідуальності. Поведінка жінок менше відображає соціальний статус – жіночі образи інтерпретуються в уяві споживача, передусім, з урахуванням їх сексуального сприйняття. У зарубіжній рекламі останнім часом жіночий образ трансформується й подається в незвичайному для пересічного глядача ракурсі. Сучасна жінка стає більш активною, часто займає маскулінізовані позиції, відходячи від звичної ролі матері, дружини, прагне реалізуватися як особистість.

Цікавий образ чоловіка в рекламі і пов'язані з ним уявлення, які імпліцитно зміцнюються в особистісній картині сприйняття споживача реклами. Великий обсяг інформації і рекламі надає досить повну картину того, як різні варіанти репрезентації образу чоловіка не просто формуються і використовуються в ній, а створюють серйозну конкуренцію образам жінок у боротьбі за споживача. Такі репрезентації, з одного боку, дозволяють говорити про маскуліністичність рекламних повідомлень як про показове, перформативне, інсценоване явище, яке розраховане на певну групу глядачів.

Смислове поле рекламних роликів вказує на чоловіка й сконцентровано в самому факті його існування, воно сконструйоване безпосередньо під впливом маскулінізованих стратегій. Проблема антагонізму гендерних дискурсів може частково вирішуватися завдяки тому, що деякі дискурси є гегемоном, наділеними великим владним потенціалом, у результаті чого вони можуть пересилити інші дискурси, які претендують на визначення в тому самому смисловому полі. У сучасному українському суспільстві переважає патріархальний тендерний дискурс, що підкреслює домінування чоловіків і змістовно-протилежне визначення фемінності й маскуліністичності [4]. Сьогодні реклама є дзеркалом, у якому жінка має можливість побачити

своє відображення, яке існує в умовах деякого контексту. Це знаходить підтвердження у висновках Р. Ямпільської, яка наголошує, що більше ніж у 100 виданнях в центрі уваги частіше потає жінка, її фігура, обличчя з усіма перевагами або недоліками, а аж ніяк не «жіноча тема», як часто це намагаються подати [16]. Розглянуті ж перформативні техніки актів поведінки, які використовуються в рекламних повідомленнях з метою загальної репрезентації маскулінності і чоловічого образу зокрема, у «фантазмічній формі», як зазначав М. Клейн [17, с. 43], відображають дійсні рутинні деталі життя, явно демонструючи переваги патріархальної картини світу, яка презентується через рекламну продукцію.

Висновки. Гендерна ідеологія репрезентацій маскулінності, декларована рекламою, сьогодні, як не дивно, слугує ще більшому включенню у владні відносини. Право на ініціативу та втручання в приватне життя не тільки в рекламі, а й узагалі в суспільстві сьогодні належить чоловікам. Таким чином, лєвова частка успіху жінки залежить від її вміння підлаштувати свою поведінку до очікувань і бажань чоловіка [11]. Тому й успіх рекламних повідомлень, в основній своїй масі націлений на продаж не тільки товару, а й способу життя, безпосередньо залежить від звернення до постійних гендерних конструктів, але разом з тим не є усвідомленим на раціональному рівні сприйняття індивідом міжстатевих відносин, так званих соціальних архетипів. Від того, чи ідентифікує потенційний споживач власне життя із запропонованою йому ситуацією або ідентичністю в медіа, залежить успіх рекламного повідомлення.

Список використаної літератури

1. Батай Ж. Отобиографии. *Ad. Marginem*. 1993. С. 183–207.
2. Беликова Ю. В. Формирование гендерных идентичностей рекламой. *Ломоносов-2005*: сб. тезисов Междунар. конф. студ., аспирантов и молодых ученых, 12–15 апреля 2005 г. / гл. ред. В. Н. Сидоренко Москва: Изд-во МГУ, 2005. Т. II. С. 559–561.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. О. А. Печенкина. Тула, 2013. 316 с.
4. Бурейчак Т. Соціальна сутність консьюмеристської культури як елементу постмодерного суспільства. *Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорії, методи. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2006. № 723. С. 100–106.
5. Введение в гендерные исследования: учеб. пособие / под общ. ред. И. В. Костикова. Москва: Аспект Прес, 2005. 255 с.
6. Воронина О. А. Феминизм и гендерное равенство. Москва: Эдиториал УРСС, 2004. 320 с.
7. Гнатив М. П. Формирование рекламой гендерных стереотипов потребительского поведения: социологический анализ: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2006. 178 с.
8. Кафтанджиев Х. Образ женщины в рекламе. Москва: РИП-холдинг, 2007. 232 с.
9. Кирилина А. В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2000. 369 с.

10. Клецина И. С. Гендерная социализация. Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 1998. С. 35.
11. Коцева Т. М. Младите хора, джендър стереотипите и рекламите. *Съвременна хуманитаристика*. 2012. Т. 2. № 2. С. 47–56.
12. Осипова Д. В. Неформальные практики воспроизводства гендерной стратификации (на примере телевизионной рекламы). *Власть*. 2010. № 11. С. 16–18.
13. Трошев И. В. Технологии гендера рекламных дискурсивных практик. *Женщина в российском обществе*. 2000. № 4 1. С. 31–45.
14. Туркина О. В. Пип-шоу (идиоадаптация образа женщины в российской теле-рекламе). *Семья, гендер, культура* : матер. междунар. конф. 1994 и 1995 гг. Москва, 1997. С. 400–407.
15. Хрулева Т. Н. Репрезентация гендерных стереотипов в журнальной рекламе. *Вестник Ставропольского государственного университета*. Ставрополь, 2007. Вып. 48. С. 117–124.
16. Ямпольская Р. М. Тенденции развития типологической структуры женской Пресс. *Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика*. 1995. № 6. С. 12–22.
17. Klein M. The Psycho-Analytic Play Technique its History and Significance. *Klein M. The Selected*. London, 1991. 166 p.
18. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, 1964. 205 p.
19. Richards I. *The Philosophy of Rhetoric*. New York, 1950. 212 p.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2017.

Согорин А. А. Основные тренды рекламного воздействия в контексте построения гендерных стереотипов потребителей

В статье утверждается, что успех рекламных сообщений, в основной своей массе нацеленных на продажу не только товара, но и образа жизни, напрямую зависит от обращения к постоянным гендерным конструктам, но вместе с тем являются осознанными на рациональном уровне восприятия индивидом межполовых отношений так называемых социальных архетипов. От того, идентифицирует ли потенциальный потребитель собственную жизнь с предложенной ему ситуацией или идентичностью в медиа, зависит успех рекламного сообщения.

Ключевые слова: пол, идентичность, общения, реклама, потребительские культуры, женственность, маскулинность, стереотип.

Sogorin A. The Main Trends of Advertising Influence in the Context of Constructing Gender Stereotypes of Consumers

The content of advertising is some commercial offer – a product or service that needs to be sold using advertising. The form of advertising in which this commercial offer is submitted is the advertising layer. Using this terminology, it should be noted that the consumer is influenced by the content side of the advertisement and its shell together. It would be erroneous to place the cover in advertising only an auxiliary role. In the case where the main emphasis in the advertisement is made on the method of conscious belief, the so-called «background» elements that play a less open, but at least effective, play an important role. After all, the form and content of the advertising message are interrelated, and only in their interaction are deep psychological settings of advertising, which then affect the consciousness of the consumer. Exploring the motives for acquiring goods and services, consumers today can be classified as follows: hedonist, who is interested in taking care of himself and entertainment; a pragmatist who buys a product based on his usefulness; collector who likes to own a certain thing; daffodil, who buys things trying to emulate fashion; a shopper who

receives pleasure directly from the process of choosing a thing. Under the male gender stereotype, we understand the concept of «courageous», «male», based on the traditional characteristics of men. Under the female gender stereotype is understood a stereotype corresponding to the concept of «feminine» and «femininity», based on the traditional characteristics of women, which is usually associated with the qualities of tenderness, warmth, softness, sensitivity, external attractiveness, care, fidelity, domestic work, family I'm The article argues that the success of advertising messages in its bulk, aimed at selling not only goods but also lifestyles, directly depends on the use of permanent gender constructs, but at the same time they are not aware of the rational level of perception of the individual interpersonal relations, so-called social archetypes. From that, identifies the potential consumer of his own life with the proposed situation or identity in the media depends on the success of the advertisement.

Key words: *gender, identity, communication, advertising, consumer culture, femininity, masculinity, stereotype.*

РЕЦЕНЗІЯ

С. Л. КАТАЕВ

НА ПУТИ К СОЦИОЛОГИИ БРЕНДИНГА

(рецензия на монографию Багаевой Т. «Брендинг в оптике социологии». Киев : Академвидав, 2017. 341 с.)

Уже то, что книга издана в издательстве «Академвидав», говорит о ее статусе. Оно печатает только серьезные, базовые издания и очень редко берётся за книги по социологической тематике. Например, в этом издательстве выпущена «Социологическая энциклопедия». К таким серьезным, базовым изданиям относится и рецензируемая монография.

Социолог Т. Багаева буквально врывается в отечественную социологию: активно, напористо и плодотворно. Она сразу печатается в престижных изданиях, таких как академический журнал «Социология: теория, методы, маркетинг». И своими работами делает заявку на формирование еще одной отрасли социологического знания – социологии брендинга. Казалось бы, относительно периферийное понятие «бренд» и производное от него понятие «брендинг», Т. Багаева в своем исследовании поднимает на уровень важной для социологии категории. Бренд, как идентификатор объекта, как понятие, обозначающее способ презентации фирмы, производящей престижные вещи, в работе по социологии брендинга приобретает более широкое значение, выходящее за рамки социологии потребления и маркетинга. Более того, автор считает, что не брендинг является одним из инструментов маркетинга, а наоборот, маркетинг является инструментом брендинга.

Согласно автору, «брендинг представляет собой деятельность, цель которой – создание долгосрочного предпочтения к заданному объекту, выдвигаемому в конкурентной среде, формирование и поддержание высокого уровня его престижности и востребованности» (с. 34).

Бренды рассматриваются как «концентрации идеологий и символов, продвигающих влияющие на социум смыслы». Бренды ни много ни мало «создают мотивации, консолидируют индивидов, регулируют общественную жизнь, рекрутируют своих протагонистов в информационных войнах» (с. 11).

Бренд – это «набор значений, ментальная оболочка предмета» (с. 21).

Бренды распространяются не только на вещи, а и на города, страны, идеологии, партии, политических деятелей, на любые социальные явления

и процессы. Бренды, по мнению Т. Багаевой, функционируют не только в рамках маркетингового контура, а и в геополитическом, медийном, академическом контурах. Бренды участвуют в «войне смыслов», создании новых мифов (с. 17).

Брендинг «рассматривается как действие или как способ влияния на сознание других людей с целью получения результата для себя или для всех» (с. 21). «Бренды формируют новые коммуникативные контексты транснациональных практик» (с. 23).

Автор включает брендинг в социологический дискурс, рассматривая его как форму социального действия, как социальный институт, как социальную систему, как способ социальной коммуникации, как вид социальных отношений, как социальную технологию и т.д.

Брендинг, по мнению ученой, – это «специализированный социальный институт, который не сводится к функциональной дифференциации, а охватывает все сложные сегментированные модели социальности» (с. 25).

Автор широко использует моделирование, анализирует существующие модели брендинга, предлагает авторскую Bounty модель, которая «синтезирует в широком междисциплинарном контексте теоретические достижения системного подхода, холизма, аналитического моделирования...идеализированных когнитивных моделей, ... управления социальными процессами, ... синергетического подхода» и др. (с. 141).

Свое наименование модель получила по названию компании (Bounty SCA Ukrain), которую возглавляет автор монографии. «Bounty модель предлагает анализ коммуникационной системы в оптике системно-функциональных, логико-семантических связей, в аутопоэтической динамике расширения и переходов от линейного управления к нелинейному, в перформативном взаимодействии с системами более высокого уровня» (с. 141). Bounty модель является одной из важных авторских новаций. Она трехмерная, с тремя осями координат: времени, социального пространства и силы социального воздействия. Автор считает, что модель останется мертвой абстракцией, если в нее не вдохнуть живительной силы социологического дискурса.

Свою концепцию брендинга Т. Багаева наполняет как классическим, так и новейшим социологическим смыслом, вовлекая в интерпретацию модели множество методологических инструментов. Это делает книгу насыщенной разнообразным категориальным аппаратом. Текст нагружен множеством экзотических и англоязычных терминов: фракталы, фреймы, перформативные эпистемологические матрицы, softpower, reflexive control и др.

Теоритические построения автор подкрепляет множеством примеров как экономического, так и политического содержания. Актуализация брендинга осуществляется за счет примеров применения его технологий в информационной войне с Россией.

Т. Багаева не случайно выбрала данную тему, ведь она сама активно использует на практике технологии брендинга в своей деятельности маркетолога, бренд-менеджера, руководителя рекламно-коммуникационного агентства, которое инициировало и реализовало ряд проектов на национальном уровне. В монографии подчеркивается, что «автор идет от «редуцированной» менеджерской ауторефлексии, основанной на опыте, к социологическому теоретизированию, социологии брендинга, новому взгляду на коммуникативные технологии» (с. 123).

Важность брендинговой деятельности побуждает вузы, социологические факультеты ввести дисциплину «Социология брендинга». В книге предлагается авторская рабочая программа учебной дисциплины по социологии брендинга. Курс уже читается в Киевском университете на социологическом факультете в рамках магистерской программы «Социальные технологии».

Монография Т. Багаевой является важным шагом на пути к формированию новой отрасли социологического знания – социология брендинга.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Багаєва Т. Л. – кандидат соціологічних наук, докторант кафедри галезевої соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Батюк А. М. – кандидат соціологічних наук, доцент, в. о. завідувача кафедри фізичного виховання Криворізького економічного інституту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

Бліхар М. П. – старший лаборант, Центр моніторингу Львівського національного університету імені Івана Франка.

Варга Н. І. – кандидат соціологічних наук, доцент, докторант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Глебова Н. І. – кандидат соціологічних наук, доцент, заступник декана з науково-дослідної роботи та міжнародного співробітництва, Мелітопольській державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького.

Гоць А. А. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри філософії та соціології, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Старобільськ.

Дзюба Н. В. – аспірантка кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Дідик Л. А. – заступник директора з навчально-виховної роботи, ДЗНЗ СШ І–ІІІ ступенів «Дитяча інженерна академія», Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова.

Зугравий І. О. – аспірант кафедри соціології, Інститут соціальних наук Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Каменська Т. Г. – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології, Інститут соціальних наук Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Катаєв С. Л. – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Котеленець К. М. – кандидат соціологічних наук, старший викладач кафедри філософії та соціології, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка».

Кудоярова В. О. – студентка 3 курсу соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Кухта М. П. – кандидат соціологічних наук, викладач, Київський національний університет культури і мистецтв.

Медведєва Ю. Ю. – кандидат соціологічних наук, докторант кафедри соціології та політології, Національний авіаційний університет, м. Київ.

Настояща К. В. – кандидат соціологічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Орлова О. І. – кандидат соціологічних наук, доцент, Криворізький факультет Дніпропетровського університету внутрішніх справ.

Пачковський Ю. Ф. – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри соціології, Львівський національний університет імені Івана Франка.

Святненко І. О. – докторант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Согорін А. А. – докторант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Половая Н. О. – аспірант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Щербина В. В. – доктор соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Щербина В. М. – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Наукове видання

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Збірник наукових праць

ВИПУСК 77

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

Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: Н. А. Ананьїна
Дизайнер обкладинки Я. В. Зоська

Підписано до друку 14.03.2018 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк ризограф. Гарнітура Times.
Умовн.-друк. 15,23. Обл.-вид. арк. 15,23. Тираж 300 прим. Зам № 34-18Ж.

Видавець та виготовлювач
Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б
тел. (0612) 220-58-42, 63-99-73; zoskayana@gmail.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК, № 3321 від 25.11.2008 р.