

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 78

Запоріжжя  
Класичний приватний університет  
2018

УДК 316.42(043)  
ББК 60.5  
С 54

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

Редакційна колегія: **Бех В. П.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Бондаренко О. В.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Волович В. І.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Воронкова В. Г.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Євтух В. Б.**, д. і. н., проф., член-кор. НАНУ, заслужений діяч науки і техніки України (Київ); **Жоль К. К.**, д. філос. н., проф. (Київ); **Зоська Я. В.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Катаєв С. Л.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Коваль І. М.**, д. політ. н., проф. (Одеса); **Куценко О. Д.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Лісеєнко О. В.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Лобанова А. С.**, д. соц. н., проф. (Кривий Ріг); **Марчук М. Г.**, д. філос. н., проф. (Чернівці); **Мартинюк І. О.**, д. соц. н., с.н.с. (Київ), **Огаренко В. М.**, д. н. держ. упр., проф. (Запоріжжя); **Огаренко Т. О.**, д. соц. н., проф. (Запоріжжя); **Онищук В. М.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Победа Н. О.**, д. філос. н., проф. (Одеса); **Подшивалкіна В. І.**, д. соц. н., проф. (Одеса); **Полтораєв В. А.**, д. філос. н., проф. (Запоріжжя); **Романенко Ю. В.**, д. соц. н., проф. (Київ); **Соболєва 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 № 10 від 28 червня 2018 р.

© Класичний приватний університет, 2018  
© Колектив авторів, 2018

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

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

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

<i>В. Н. Щербина</i> ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ В УСЛОВИЯХ КУЛЬТУРНОЇ МНОГОУКЛАДНОСТІ .....	5
--	---

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

<i>О. С. Гераськіна</i> ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ДЕВІАЦІЙ .....	19
<i>А. В. Горбачов</i> ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОЛОГІЇ СПОЖИВАННЯ В СХІДНІЙ ЄВРОПІ ХХІ СТОЛІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ) .....	27
<i>К. Н. Канделина</i> ФЕНОМЕН КОНТАМИНАЦІЇ В ІМІДЖМЕЙКІНГЕ.....	33
<i>В. А. Полторак</i> СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ РЕГУЛЮВАННЯ КРИЗОВИХ ПРОБЛЕМ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ СУСПІЛЬСТВА .....	43
<i>С. З. Сальніков</i> ГРОМАДЯНСЬКА АКТИВНІСТЬ ЯК ФОРМА ВИРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СУБ'ЄКТНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: РЕЗУЛЬТАТИ КІЛЬКІСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ .....	51
<i>Л. Г. Скокова</i> СОЦІОЛОГІЧНІ ВИМІРЮВАННЯ КУЛЬТУРНОЇ ПАРТИЦИПАЦІЇ В МІЖНАРОДНИХ ПРОЕКТАХ .....	60
<i>О. О. Суська</i> САМОСВІДОМІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	68

### АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Т. М. Байдак, В. О. Болотова</i> ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ ЯК ЖИТТЄВА ЦІННІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ .....	76
<i>Н. І. Глебова</i> ПРОФЕСІЙНО-СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ (СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ) .....	84
<i>Ю. В. Єременко</i> ОБДАРОВАНІ УЧНІ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА (НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ).....	95
<i>Н. О. Кодацька</i> ПОЛІТИЧНА СВІДОМІСТЬ: ГЕНДЕРНИЙ АНАЛІЗ .....	100
<i>В. І. Крижанівська</i> РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В СХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ .....	107
<i>Б. В. Слющинський</i> МІЖКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ПРИАЗОВ'Я В ПЕРІОД ПОЛІТИЧНОЇ КРИЗИ: ПРОЦЕСИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ .....	120
<i>Ф. С. Хрустальов, А. Ашурбеков</i> СОЦІОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ПРОЦЕСІВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ .....	131
<b>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ .....</b>	<b>139</b>

## ТЕОРИЯ ТА ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ

УДК 316

В. Н. ЩЕРБИНА

### ПРОЦЕСС СОЦИАЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КУЛЬТУРНОЙ МНОГОУКЛАДНОСТИ

*В статье рассматривается проблема изучения процесса формирования идентичности в условиях современных обществ, которые обладают свойствами культурной многоукладности. Предлагается инновационный концепт понимания процесса социализации личности как активного конструирования идентичности в многомерных средах социализации. Эти среды обладают признаками различных культурных укладов: архаического, традиционного, современного и коммуникативного. Нормы и ценности, которые усваивает индивид в процессе социализации, интерпретируются в рамках культурных укладов различным образом, что создает неопределенность в их трактовке конкретным индивидом, и определяются в процессе его социальной активности. Представлены результаты социологического исследования, проведенного с использованием аналитических инструментов, разработанных на основе авторской концепции. На основе анализа полученных эмпирических данных сделан вывод о наличии эвристического потенциала данного подхода.*

**Ключевые слова:** личность, идентичность, социализация, современное общество, культурный уклад.

Изучение процесса социализации личности является предметом многих общественных наук, поскольку это фундаментальный процесс, определяющий социальные отношения во всех сферах общественной жизни. От того, каким образом и с какими результатами социализируется индивид, зависит его социальное поведение и, в конечном итоге, результаты всех общественных процессов. Современность с её глобализацией, информатизацией и индивидуализацией сформировала множество вызовов, ответ на которые еще исторически не выработан. Многие исследователи фиксируют признаки кризиса институтов социализации, обеспокоены будущим семьи, системы образования, социальной помощи, трансформацией повседневных, обыденных жизненных практик миллионов людей. Возникла практическая проблема эффективной социализации, требующая выработки нового теоретического знания, ибо невозможно получить новые результаты, применяя старые средства. Более того, новые проблемы в значительной степени порождены этими средствами – механизмы социализации и социального контроля предыдущего исторического времени были «взломаны» как раз по причине их несоответствия новым массовым потребностям людей.

Эпоха научного изучения проблем личности относительно невелика и её можно условно разделить на два этапа. Первый охватывает период с конца XIX до середины XX в. и примерно совпадает с периодом становления классической психологии. В это время были сформулированы фундаментальные положения о личности, заложены главные направления психо-

логических исследований личности. Второй этап исследований проблем личности начался во второй половине XX в. Проблема социализации личности здесь имеет уже междисциплинарный характер. Она рассматривается в рамках социальной философии, философской антропологии, культурологии и аксиологии, к ней обращаются также социология и педагогика. Для философии XX–XXI вв. характерно усиление интереса к проблеме личности в современном социуме, различным аспектам проявления её активности и индивидуализации в процессе социализации. Среди направлений, которые актуализировали эту тему, – экзистенциализм Ж.-П. Сартра и К. Ясперса, где социализация сводится к ряду социальных ролей, противостоящих настоящей сущности человека; концепция «массового человека» Х. Ортеги-и-Гассета, который раскрывает социально-психологический тип человека толпы; Франкфуртская философская школа (Г. Маркузе, Э. Фромм, Ю. Хабермас), которая рассматривает соотношения общечеловеческого, социального и индивидуального; постструктурализм (Ф. Гваттари, Ж. Делез), в рамках которого развивается концепция индивидуализации. В отечественной философии советского периода социализация личности рассматривалась в общем контексте марксистской концепции человека – как проблема формирования личности нового исторического типа. Немалый вклад в разработку проблем изучения личности внесли такие исследователи: Б. Ананьев, Е. А. Ануфриев, В. С. Барулин, Л. П. Буева, А. Г. Здравомыслов, Е. Б. Ильенкова, Н. С. Каган, В. П. Киселев, Л. Н. Коган, В. В. Москаленко, И. И. Резвицкий. На постсоветском пространстве, в условиях перестройки методологической парадигмы, проявился новый интерес к проблематике социализации. Особое внимание уделяется проблеме идентичности человека в трансформационном обществе (Е. Г. Трубина). Осмысление социализации как социально-философской проблемы, ее структурно-компонентный анализ находит отражение в исследованиях таких ученых, как Е. В. Антюхов, А. Н. Васильева, В. П. Воробьева, Г. И. Ловецкий, Д. Мандшира, К. С. Пигрова, Ю. М. Плюснина, В. М. Шитова. В философии проблемы социализации личности нашли свое воплощение в работах И. И. Кального, А. А. Ручки, В. Табачковского, А. Д. Шоркина. В истории социологии к изучению социализации обращаются, прежде всего, представители «понимающей социологии» и структурного функционализма: М. Вебер, Э. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс, они рассматривали личность как объект социализации. Проблемы соотношения социализации и индивидуализации представляют научный интерес для Ф. Гиддинга, Г. Зиммеля. Эта же проблема поднимается и в символическом интеракционизме Дж. Мида, и в теории «зеркального Я» Ч. Кули, и в феноменологической социологии П. Бергера, Т. Лукмана, А. Шюца, которые настаивают на том, что личность – это субъект социализации. Этапы социализации рассматривает Г. Тард. Современная социология обращается к осмыслению социализации личности в условиях формирования информационного общества. Это исследования Д. Белла, З. Баумана, Н. Смелзера, А. Тоффлера, на постсоветском пространстве – И. Ю. Киселева, В. В. Малахова, В. А. Матусевич, К. Г. Мяло, Н. М. Федотовой, В. Г. По-

лохало, И. П. Поповой, И. М. Растова, А. Г. Смирновой, Т. В. Хриенко, В. А. Ядова. Несмотря на имеющуюся палитру теоретических средств изучения личности в условиях современности, возникла ситуация, делающая их недостаточными для изучения новых аспектов бытия индивида в обществе, а именно возросшей сложности (сверхсложности) социальных систем, включающих индивида в глобальные процессы цивилизационных изменений, расширивших горизонт социальных связей до уровня планетарных. Множество проблем формирует и кризис социальных институтов, в котором общества находятся уже более четверти века.

*Объект*, рассмотрению которого посвящена данная статья, – это сформировавшаяся в процессе социальной трансформации общества научно-практическая проблема изучения новых аспектов формирования идентичности, обусловленных социальными трансформациями конца XX – начала XXI в. Проблема состоит в необходимости выработки познавательных средств, которые соответствовали бы специфике выработки идентичности в условиях современного общества, в котором фактор культурной идентификации личности имеет качественно более существенное значение в социальном взаимодействии, чем это было в предыдущий исторический период.

*Предмет статьи* – концепция многоукладного общества и культурных укладов как фактора формирования идентичности личности в процессе социализации.

«Личность» как общенаучный и жизненный термин означает понятие, имеющее два смысла. Во-первых, это человеческий индивид как субъект отношений и сознательной деятельности; во-вторых, это устойчивая система социально значимых черт, характеризующих индивида как члена того или иного общества или общности. В психологии под личностью подразумевается также некоторое ядро, интегрирующее начало, связывающее воедино различные психические процессы индивида и предоставляющее его поведению необходимую последовательность и устойчивость. В зависимости от того, в чем именно усматривается такое начало, психологические теории личности подразделяются на психобиологические (У. Шелдон), биосоциальные (Ф. Олпорт, К. Роджерс), психосоциальные (К. Адлер, К. Хорни и другие неопрейдисты), психостатичные («факторные») (Р. Кеттел, Д. Айзенк и др.). Исходя из указанных теорий, осуществляется и типологизация личности. Различают конкретно-исторические типы личности, идеальные типы, соответствующие определенным теоретическим концепциям, а также эмпирические группировки обследованных лиц. В социологии выделение и существование различных социальных типов личности связывается с особенностями и характеристиками общественно-экономических формаций (например, классовые, социально-групповые типы личности). Категория «социально-исторический тип личности» используется для обозначения некоторых совокупностей характеристик личности, обусловленных той или иной исторической эпохой, социальной структурой общества. В психологии распространены типологии, учитывающие преимущественно личностные показатели (свойства и черты индивидов, порождаемые присущими им ориентациями). Такова, напри-

мер, типология К. Юнга, включающая типы личности, выделенные с учетом таких признаков, как сензитивность, способность к мышлению, переживания оценки, интуитивность, экстравертная или интровертная направленность. Наряду с этим существует и типология, предложенная Э. Фроммом, которая выделяет определенные элементы личности: накопление, ориентация на обмен, восприятие, использование и др. Отзвуки персонологических классификаций можно обнаружить во многих социально-психологических типологиях, в частности при построении типологии личности по признаку конформности личности относительно норм группы и общества, типологии направленности и управляемости личности.

Социализация личности является одним из фундаментальных процессов образования социальных связей и формирования социальной структуры общества. Структура общества и структура личности – это абстракции одного и того же процесса социального взаимодействия. Идентичность имеет процессуальную природу, формируясь и развиваясь на протяжении всей жизни человека. Сама жизнь проистекает в условиях длящихся исторических изменений общества, меняющих в эволюционные периоды его структуру, а в революционные – его основание. Поэтому процессы формирования идентичности личности корректно рассматривать в контексте социально-исторических изменений – именно макро-исторические трансформации приводят к возникновению новых типов личности, новых условий, сред и типов социализации. На уровне психологических концептов рефлексированы свойства личности, но не динамика изменения её как конструкта. В условиях трансформации общества меняются условия социализации, возникают новые её механизмы, описываемые в гуманитарной мысли при помощи создаваемых теоретических инструментов. Социальная проблематика, на решение которой была ориентирована гуманитарная мысль эпохи развития индустриального общества, обусловила специфику парадигмального подхода к проблемам социализации личности в психологии, социологии и педагогике. В концепциях личности отразился «заказ эпохи» на её изучение. Социум в XIX–XX вв. развивался в контексте формирования конкретно-исторических систем производства человека – как состоящий из больших групп, разделенных между собой на основе общественного разделения труда индустриального типа. Это обусловило и доминирующую проблематику, на решение задач которой были ориентированы общественные институты. Основной социальной задачей была инкорпорация человека в процесс индустриального производства. Социальные науки интересовало то, как возможно включить индивида в состав одной из этих больших групп и удерживать его жизненную активность в соответствии с её функциональными задачами, определенными разделением труда, в конечном итоге обеспечивая устойчивость и эффективность процесса общественного труда. Само же распределение общественного труда было ориентировано на два основных процесса общественной жизни – производственную деятельность и войну, что определяло в конечном итоге запрос на основные социальные качества всего разнообразия человеческих индивидов, на типы личности. Человеческая личность в таких условиях



понималась как стандартизированный, унормированный и типизированный конструкт, как универсальное целостное образование, которое возникает в социальной практике и устойчиво существует в процессах устойчивого социального взаимодействия. Иными словами, человеческая личность, как ее понимают в эпоху индустриального общества, – это взгляд на индивида со стороны общества, а еще точнее – со стороны определенного социального порядка, представленного идеологическими средствами в качестве «природных качеств человека». Эти качества сводились в конечном итоге к способностям принимать участие в производстве, потреблении, обмене и распределении. К примеру, на заре фазы «общества потребления» эти качества нашли свое выражение на концептуальном уровне в виде «пирамиды Маслоу», которая на концептуальном уровне легитимировала продвигавшийся в социальных практиках тип жизненной активности человека. Смысл бытия человеческой личности, таким образом, предлагалось рассмотреть исключительно в плоскости его обусловленности социальными интересами, поэтому целостность личности видится как формируемая по правилам общества, отбрасываются на обочину внимания все проявления индивидуального бытия, которые противоречат или просто не соответствуют конкретному общественному порядку. Поскольку в жизни общества доминирует индустриальный социальный порядок, социальным смыслом которого является производство и накопление прибавочной стоимости, то и социальное пространство теоретически мыслится как динамический одномерный континуум с одинаковыми свойствами. Универсальность обмена (все меняется на все при помощи денег) позволяет говорить и об универсальных свойствах индивида, которые он может проявить в общественных взаимодействиях – для этого необходима идентичность как универсальный «код доступа» к участию в социальной жизни. В рамках такой парадигмы предполагается, что, независимо от конкретной ситуации, в которой происходит процесс социализации конкретного индивида, результаты социализации могут (а в идеале и должны) быть одинаковыми для всех – на этом принципе строится социальное регулирование. Все уникальные черты, относящиеся к конкретной персоне, выглядят в такой исследовательской оптике несущественными, случайными и, в лучшем случае, не имеющими значения. Это же относится и к уникальным чертам любого общества – будь то Китай, Россия или США, в основе социальной организации и жизни этих обществ предполагаются одни и те же рыночные факторы. При этом имевшие место быть идеологические дискуссии по поводу «лучшего» социального порядка не меняли принципа понимания личности, ведь с политической точки зрения человек должен быть устойчивой типической единицей: или «тоталитарной», или «демократической», или «традиционной», что означает опять же одномерный набор качеств индивида в политическом взаимодействии. Конкретный индивид воспринимается в такой ситуации на основе выработанного в обществе идеального образа «индивида вообще», в контексте общественного запроса на него. Этот образ воображаемого абстрактного универсального индивида в социальных практиках выступает как образцом и мерой оценки конкретного индивида

(через практики нормативного оценивания в рамках различных институтов), так и основой концептуальных построений, используемых в практиках оценки и реформирования институтов социализации.

Генетически этот образ связан с представлением об идеале человека в религиях мессианского типа. В парадигме европейского прогрессизма он мыслится как единый, приемлемый для всех времен, народов и общественных условий. Более того, этот идеальный образ человека выступает предметом, который постоянно расширяется в зависимости от условий его концептуализации, поскольку каждый раз исторически новые условия социальной жизни и соответствующие им черты личности дополняют содержание онтологического представления о человеке. Наверное, именно поэтому понятие личности выступает одновременно и максимально полным, содержательно отражая исторический опыт концептуализации человека в различных социальных условиях, и максимально абстрактным, недостаточным, так как новые условия каждой исторической эпохи, каждого общества предусматривают новые черты личности. Возникает своеобразный замкнутый круг – концепт личности, который формируется в конкретных исторических социальных условиях и соответствует их специфическим запросам к индивиду, после его концептуализации должно воспринимать как идеал (жизненный указатель) для индивида, стремясь к которому последний должен менять сами социальные условия собственного бытия. «Быть личностью» в этом смысле означает фактически быть недостаточным созданием, осознавать собственную неполноту и стремиться к ее достижению путем изменения условий собственного бытия. Личность, таким образом, означает развитие социальных свойств индивида путем разрыва указанного выше «круга социализации», выход за свои пределы к новому горизонту бытия. Такое развитие происходит как психосоциальная драма становления личности, поскольку индивид стремится (в силу действия механизмов социального контроля) найти себя и утвердить в обществе в таком качестве, которое исторически еще ему только предстоит выработать, ему приходится вырабатывать некоторый образ своего будущего. На этом основании возникает социально-психологическая проблема «отцов и детей» – «дети» вынуждены отвергать условия социализации, которые для «отцов» стали результатом того же отвержения. Родители удивляются, глядя на детей, как бы говоря: «Чего же им надо, мы же только отвергли нежелательные условия бытия? Мы изменили мир к лучшему, а дети сразу же стремятся изменить результаты нашего действия».

В обществе традиционного типа социальные институты определенным образом субординируют отношения между поколениями – старшие имеют больше материальных ресурсов, организационного влияния и культурно доминируют над младшими. В обществе современного типа эта субординация выстраивается в процессе политико-экономического их взаимодействия, где старшее поколение доминирует, если оно является носителем необходимого для реализации конкретных задач опыта и социальных ресурсов, а младшее субординируется, если социализируется в процессах производственной деятельности. Но как быть в условиях, когда сейчас, в

эпоху бурных перемен, когда возникают ресурсы нового типа, когда именно молодое поколение понимается как доминирующий носитель общественно значимых жизненных интенций, смыслов, ценностных ориентаций? Ведь для современных обществ характерно отвержение субординации между поколениями, в идеологии общественных изменений и обновления именно молодое поколение приобретает качество наиболее значимого социального субъекта. Такие общества характеризуют как «ювенальные» (молодые) или «педократические» (в которых властвуют «дети»). Вероятно, это некоторая крайность, связанная с кризисом системы воспроизводства цивилизационного характера, и речь идет об упадке конкретных социальных институтов, а не о перспективе возникновения нового типа обществ. Возможно, со временем ситуация изменится на такую, где поколения гармонично взаимодействуют как самодостаточные, равноправные носители своеобразного и необходимого общественного опыта, навыков и ресурсов, как обогащающие друг друга агенты социального взаимодействия. Социальный механизм такой гармонизации – соответствующие ценностные представления, нормативные и институциональные основания – еще исторически не выработан. Однако сейчас можно согласиться с тем, что индивид социализируется в условиях своеобразной практической амбивалентности, в которых «одинаково важны» (а на деле «одинаково не важны») ценности разных поколений. Следует заметить, что в зеркале общественного мнения, в головах экспертного сообщества, это состояние отражается иначе – стремясь решить проблему неопределенности ценностной идентичности современного человека, некоторые обществоведы представляют себе, что она уже решена на той или иной основе, осталось лишь её обнаружить и предъявить должным образом. Однако эмпирическая сторона жизни раз за разом показывает, что до такого состояния обществу еще далеко – невозможно вливать «новое вино в старые меха».

Аналогичная описанной выше ситуация наблюдается и в отношении культурного разнообразия, культурной многомерности. Исторически, в условиях доминирования одного социокультурного уклада, формировалась культурная гегемония – подавление или даже отвержение норм и ценностей, которые не соответствуют господствующему культурному укладу, носителями которого были массовые субъекты (элиты, классы, страты и т. п.). Сам этот конструкт формировался в социальной практике и представлялся в сознании человека в форме идеологии – институционализированной системы идей, легитимных в данном обществе и имеющих статус сверхценности для большинства его членов. Когда же в результате кризиса оснований общественного обустройства и причиненных этим кризисом общественных изменений культурная гегемония перестает действовать, альтернативные ценности и нормы сначала рассматриваются как их полноценный заменитель. Так, например, экспертно-гуманитарный класс в СССР шарахнулся от идей «научного коммунизма и атеизма» к идеям «рыночного общества и теократизма». Однако это свое-иное дня вчерашнего даже и через четверть века не дает ответа на возникшие исторически новые вызовы, что очень быстро проявляется в практике общественной

жизни – проблема формирования оснований ценностной идентификации индивида в современном обществе остается актуальной.

В качестве одной из гипотез для изучения специфики социализации человека в условиях современности в данном материале предлагается использовать концепт социокультурной многомерности, согласно которого современный социум следует рассматривать как формирующийся на основе культурной многоукладности [1.] В соответствии с этим концептом различные культурные уклады сосуществуют рядоположенно, выступая основаниями формирования социализационных сред с различными социально-мировоззренческими особенностями. Индивид при этом рассматривается как активно формирующий систему идентичности в среде с качественно различными ценностно-нормативными комплексами, он социализируется в условиях культурной многоукладности и общественной идеологической амбивалентности. В современных условиях «социальный заказ» на социализацию стал многомерным, возникли условия, при которых одномерная структура личности не то, чтобы трудно достигается, а все в большей степени становится недостижимой в принципе. Индивид вынужден быть многомерным по факту своего взаимодействия в качественно многомерной социальной жизненной среде. Это делает социальное взаимодействие сверхсложным (более сложным, чем ранее) и вызывает естественную реакцию – стремление как-то избавиться от этой сложности, порождая в первом приближении интенцию к «предельной простоте», которую видят в образах социальных моделей идеализированного прошлого. При этом по сути ложное, конструируемое как реализация такой интенции, представление об историческом прошлом (ушедших времен традиционализма или индустриализма) позволяет надеяться на возможность перехода к культурно одномерному обществу в результате определенного рода социальных процессов – войны или экономического индустриального возрождения. В рамках теоретической гипотезы культурной многоукладности можно предположить, что эти процессы не становятся определяющими для формирования человеческой личности.

Кризис современных механизмов социализации заключается в том, что они концептуально уже не ориентированы на доминирование определенного культурного уклада, поколения или культурную гегемонию социальной группы, однако структурно и функционально еще несут в себе эту задачу. Поэтому общества не ориентированы на культурную многоукладность, в то время как в процессе глобализации, информатизации и повышения динамики социальных процессов идет поиск практических моделей поведения и трансформации жизненных сред в этом направлении. Соответственно, отдельный человек, конкретный индивид, предстает перед вызовом – попытаться отказаться от стремления к целостности личности, ограничившись ориентацией на частичность своего участия в общественной жизни, или же каким-то образом найти новую модель целостности, соответствующую множественным вызовам культурной многоукладности. Иными словами, социализация личности становится более сложной задачей – она предполагает уже не только усвоение социально необходимых

свойств, но и выработку персонального конструкта, соединяющего различные составляющие культурных укладов современности. Подобно тому, как в предыдущую эпоху индустриализации для эффективной социализации, полноценного участия в жизни общества индивид был вырван из общинно-родового уклада и вынуждался становиться личностью (выбирая и осваивая профессию и т. п.), так сегодня он вынуждается становиться персоной. В современных исторических условиях социализации принцип «профессия – это судьба» не работает.

Поиск новых моделей социализации может осуществляться путем анализа типичных способов ценностной ориентации, которые возникают в условиях настоящего, и предмета исторического творчества, поисков и ошибок, которые происходят в наше время. Мы исходим из возможности осуществить выделение соответствующих типичных черт процессов социализации на основе анализа мировоззренческой активности индивида – трактовки личностью тех или иных ценностей в рамках специфической их интерпретации, присущей тому или иному культурному укладу. Индивиды, формирующиеся в различных социальных средах, ориентированы в своей социализации на различные социокультурные уклады, поэтому будут различным образом интерпретировать одни и те же ценности. Это проявляет себя в социальном поведении и особенностях персонального понимания ценностей и норм социальной жизни.

Согласно гипотезы культурной многоукладности, в обществе существуют различные типы социализации в различных культурных средах, а в результате этой социализации формируются многомерные процессы социального взаимодействия, образующие социокультурные страты и общество в целом. Аналитические инструменты для изучения этих сред могут формироваться на основе использования понятия (категории) «культурный уклад». Культурные среды представляют собой исторически формирующиеся конструкты, которые характеризуются определенной композицией черт различных культурных укладов. Композиция формируется на основе активности индивидов по освоению ценностей и норм жизненной среды, в которой они социализируются, она виртуальна, здесь-и-сейчас явлена как единство деятельности и рефлексии. Культурный уклад в этой концепции можно определить как исторически выработанный устойчивый тип порядка, организации и содержательной наполненности нормативно-ценностных конструктов. Он воплощён и выражен в материальных, духовных, организационных и символических атрибутах жизни людей, взаимодействующих в составе конкретно-исторических обществ. В социологии культуры можно использовать это понятие как идеальный тип, дающий возможность различать конкретно-исторические конструкты жизненных сред, присущие социуму, которые различаются принципами построения, способами обмена деятельностью, материально-технологическим основанием, интерпретацией ценностей и норм, социально-исторической и пространственно-временной определенностью.

Культурные уклады обладают специфическими чертами, влияющими на способы освоения элементов культуры общества, в котором живёт ин-

дивид. Общество, нормы, ценности – всё это понимается и воспринимается различно, в разных смысловых фокусировках, несмотря на то, что объективно индивиды находятся в едином процессе общественной жизни. Различные виды социальной деятельности предполагают ориентацию индивида на тот или иной культурный уклад, однако осознание этого в жизненных практиках происходит далеко не всегда, что приводит к противоречиям во взаимопонимании и даже конфликтам.

Архаический культурный уклад характеризуется непосредственно коллективной, внеличностной, синкретичной, не выраженной в виде понятий системой ценностных оснований социального взаимодействия, выраженной в виде анимистических представлений и верований, а также отсутствием выделенных социальных механизмов нормотворчества и социального регулирования. В рамках архаического уклада факт жизни в обществе осознается индивидом синкретично, как органическая природная черта, и не выделяется в качестве отдельного предмета понимания. Нормы и ценности не рефлексированы как особый предмет мышления и передаются непосредственно в акте совместного действия. Индивид, будучи участником социальных отношений здесь, не мыслит себя как качественно отдельное от других существо (групповое сознание), а социальные факторы не выступают предметом осмысления в процессе социального взаимодействия. Индивид, социализирующийся в рамках такого уклада, не воспринимает общество как некоторую самобытную реальность, поскольку сам социальный порядок в его жизненной среде не обозначен как предмет отношений, а реальность общения между людьми понимается как продолжение и часть их непосредственно природного бытия.

Традиционный культурный уклад характеризуется выделенной системой ценностных представлений, выраженной как особый компонент культуры в виде мифологических конструктов, содержащих структуру субъективного детерминирования социальных взаимодействий в абстрактно-личностной и групповой форме. Общество понимается как самобытно существующая, извечная, особая реальность – созданный внешней по отношению к человеку силой порядок отношений между людьми, «собор единства» всех людей. Смысл жизни видится в том, чтобы быть полноценной частью этого «собора». Нормы, ценности и общественные институты понимаются здесь как категорические императивы – установленные извне и неизменные, существующие вне контекста любого взаимодействия, определяющие место человека в мире требования. Отношение к ним не предполагает критичности, предполагается безусловное выполнение индивидом. Элементы культуры здесь ориентированы на соответствие природным процессам, а социализация индивида происходит в логике освоения практики социального взаимодействия как совместного служения внеположенным целям.

Модерный культурный уклад характеризуется социальным взаимодействием, опосредованным совместной производственной, направленной на изменение жизненных условий, деятельностью, включающей рациональное производство общезначимых ценностных конструктов и совместное нормотворчество. Общество понимается здесь как объединяющая ситуация совмест-

ной деятельности и, в то же время, как необходимое средство, производимое самими людьми в контексте удовлетворения их потребностей а также реализации их сущностных свойств. Для этого необходимо изменять природные и общественные условия жизни – в этом видится и её смысл. Нормы и ценности, которые усваиваются в процессе социализации, сами общественные институты понимаются здесь как создаваемые в процессе совместной деятельности, с необходимостью изменчивые (развивающиеся), в конечном итоге зависящие от исторического состояния общественной практики. Нормы и образцы в рамках такого видения воспринимаются как такие, которые конструируются экспертными сообществами и проходят «проверку» на соответствие интересам групп, которые, в свою очередь, формулируются в процессе общественного разделения видов деятельности. Культура, с этой точки зрения, критически зависима от коммуникативной сферы – компетентность и адекватность медиа формируют диалог относительно общих ценностей и норм. Отношение к ним критическое – они конструируются и изменяются, исходя из необходимости решения конкретных общественных проблем. Культурная коммуникация (обмен информацией и диалог) является средством такого конструирования. Индивид понимается как находящийся в состоянии постоянного ответственного выбора по отношению к нормам и ценностям, следствием чего становится их активное принятие либо непринятие. Поэтому необходима их общественная легитимация, что предполагает особый элемент культуры – идеологию.

Коммуникативный культурный уклад характеризуется социальным взаимодействием на основе открытой коммуникации (создания ситуативных общих пространств) в сетевой форме, отсутствием институционализированной системы ценностно-нормативного регулирования, персонифицированной самореферентностью сообществ, образуемых на основе символической самоидентификации. В отличие от принципов заданности или продуктивности, присущих традиционному и модерному укладам, социальные отношения здесь ориентированы на принцип неопределенности – как в отношении целей, так и в отношении качественно-количественных характеристик социального взаимодействия. Для ориентированного в рамках такого уклада сознания допустимо, что в одном и том же социальном действии могут присутствовать акторы с различными целями, ценностями и нормами. Культура и общество понимаются в этой оптике как условие межличностной коммуникации, его целью представляется самореализация индивида в процессе коммуникации как сетевой игры. Социальные институты видятся в рамках этого уклада как формы коммуникативных потоков, формируемых людьми, а содержанием социальной жизни как игровое взаимодействие, в котором индивиды актуализируют и реализуют себя в контексте складывающихся игр. Ценности и нормы если и возникают, то понимаются как ситуативные правила протекания игры, которые формируют и согласовывают между собой конкретные индивиды. Общие правила и нормы, социальные институты понимаются как ограничение, в лучшем случае как контекст и источник такого согласования. Устойчивые общепринятые ценности, нормы и образцы поведения здесь воспринимаются, с одной стороны, как система ограничений, а с другой – как материал, на котором находящиеся-

ся в коммуникации индивиды создают всякий раз новый «рисунок игры». Элементы культуры в рамках такого уклада ориентированы на модели игры.

Культурные уклады присутствуют в каждом обществе на протяжении известной нам истории цивилизаций, они взаимосвязаны и взаимозависимы, в своём единстве они представляют конкретное исторически сформированное общество, определяют типы личности, социальные роли, характер и границы социального взаимодействия. Культура каждого конкретного общества с этой точки зрения может быть проанализирована как уникальный ансамбль, содержащий компоненты всех четырёх укладов. В каждом обществе присутствуют черты, присущие различным культурным укладам, однако в разной степени выраженности и в разной комбинации, поэтому можно идентифицировать общества как архаические, традиционные, современные и коммуникативные.

Общество как целое на уровне жизни индивида представлено в виде конкретных жизненных сред (жизненных миров), где происходит его социализация и где он вступает в процессы социального взаимодействия. Индивиды социализируются в средах, где тот или иной культурный уклад доминирует, «прочитывая» и осваивая все общественные идеи и компоненты культуры соответствующим этому укладу образом. По этому признаку в обществе можно выделить группы, ориентированные на социальную активность в соответствии со спецификой различных укладов, поэтому они воспринимают одни и те же культурные явления и процессы в различных смыслах. Соответственно этим смыслам формируются как социальная деятельность различных индивидов объединенный в группы, так и ожидания от неё. Культура в узком смысле может быть понята как массив различным образом осваиваемых элементов организации жизни общества и индивида. В процессе исторических трансформаций общества проходят разные организационные состояния – культура как бы пульсирует, переходя из системного, организованного состояния в хаотическое и обратно. Состояния организационной целостности, в которых доминирует нормативно-ценностная система, свойственная одному укладу, можно назвать моноукладными, те же, где в фазе хаотизации наблюдается равноположенность различных, – многоукладными. В состоянии институциональной зрелости в обществе, как правило, доминирует один из укладов, в тот период, когда институты, сформированные с доминированием этого уклада, приходят в состояние глубокого кризиса или разрушены, культурные уклады сосуществуют рядоположенно. Выход из институционального кризиса общества в этом смысле – это создание общественного принципа, на основе которого происходит политико-правовое, этическое и экономическое связывание этих укладов в единый системный социальный конструкт, позволяющий осуществлять социальное взаимодействие между разнородными субъектами и удовлетворять потребности людей, составляющих это общество.

Среда, в которой происходит процесс социализации конкретного индивида, представляет собой процессуальное единство видов деятельности, ориентированных на различные культурные уклады, они присутствуют в ней в виде конкретного сочетания, определяют характер этой среды в отличие от других социальных сред. В обществе как целом сосуществует множество та-



ких культурних сред, и социализированные в них индивиды имеют схожие социальные характеристики, образуя ту или иную социокультурную страту.

С целью проверки изложенной выше гипотезы была выработана методика эмпирического исследования культурнотипических ориентаций личности и в 2012–2015 гг. проведено два исследования среди студентов украинских учреждений высшего образования (выборка составила 516 человек от 17 до 25 лет I–V курсов учебных заведений всех макрорегионов страны) [2; 3]. При создании инструмента диагностики мы исходили из того, что любой человек не является последовательно ориентированным на один из укладов, однако в тенденции ответов он обнаруживает свою ориентированность на их определенную комбинацию, что и составляет его социализационный профиль, и на основе эмпирического обобщения данных опроса возможно типологизировать эти профили. В результате первого исследования установлено, что различие по предложенному признаку имеет место быть в практике социализации, то есть подтвержден эвристический потенциал такого подхода. Около трети опрошенных на этом этапе выявили выраженный профиль ориентации на определенный культурный уклад, образуя три ядра социализации современного, традиционного и коммуникативного типов. Около двух третей не имеют выраженного профиля, обладая комбинированными признаками. Результаты анализа данных второй волны массового опроса по другой методике показали наличие шести кластеров, которые могут рассматриваться как эмпирически фиксированная структура процессов социализации в условиях многоукладной общества. Каждый из этих кластеров характеризуется специфической комбинацией социокультурных ориентаций и ценностно-экзистенциальных установок личности. Кластерный анализ позволил разделить исследуемую выборку студентов по характеру преобладания в процессе их социализации того или иного культурного уклада, выраженному в относительных показателях. Так, в первый кластер (19% выборки) вошли опрошенные с преобладанием современного (12,98), коммуникативного (15,28) укладов и низкими суммарными показателями традиционного уклада (-1,42). Этот тип был обозначен как «постмодернист-модернист». Вторым кластером (36% выборки) составили лица с одинаково высокими суммарными показателями по всем укладам (традиционный (13,41), современный (16,02), коммуникативный (постмодернистский) (16,94)). Этот тип обозначен как «высокоукладный». Третий кластер (8% выборки) составили лица с преобладанием современного (15,15) и традиционного (12,33) укладов, а также низкими суммарными показателями коммуникативного уклада (-5,03). Это тип «традиционалист-модернист». Четвертый кластер (5% выборки) объединяет лиц, не разделяющих ценности традиционного общества (-6,60) и имеющих средние показатели по современному (1,60) и коммуникативному (3,56) укладам. Этот тип был назван как «отрицающий традиции». Пятый кластер (27% выборки) объединил респондентов со средними суммарными показателями по всем укладам – «среднеукладный». Шестым кластером «чистые традиционалисты» (5% выборки) составили лица с выраженными ориентациями на традиционный уклад (9,26), а также низкими показателями современного (-0,91) и коммуникативного (-0,09) укладов.

Дальнейшие исследования в данном направлении были прерваны в силу причин, не имеющих отношения к науке. На следующем этапе предполагалось исследовать социальные и психологические характеристики индивидов, относящихся к установленным типам, что создало бы возможность формирования новых исследовательских проектов и выработки практических решений в различных сферах социального взаимодействия.

#### Список использованной литературы

1. Щербина В., Мельничук О. Модернізація України в умовах сучасності: перехід до нового розуміння культурної політики. URL: [http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/-cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Kultdum\\_2012\\_5\\_4.pdf](http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/-cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Kultdum_2012_5_4.pdf) (дата звернення: 23.03.2018).
2. Щербина В. Л. Соціалізаційні орієнтації сучасної студентської молоді: культурно-типологічний підхід. URL: <http://problemps.kpnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/58/2016/12/30-64.pdf> (дата звернення: 23.03.2018).
3. Щербина В. Л. Цілісність особистості в умовах багатоукладного суспільства. URL: <http://apspp.soc.univ.kiev.ua/index.php/home/article/view/320> (дата звернення: 23.03.2018).

Статья поступила в редакцию 12.04.2018.

---

#### Щербина В. М. Процес соціалізації в умовах культурної багатоукладності

*У статті розглянуто проблему вивчення процесу формування ідентичності в умовах сучасних суспільств, які мають властивості культурної багатоукладності. Запропоновано інноваційний концепт розуміння процесу соціалізації особистості як активного конструювання ідентичності в багатовимірних середовищах соціалізації. Ці середовища мають ознаки різних культурних укладів: архаїчного, традиційного, модерного та комунікативного. Норми й цінності, які засвоює індивід у процесі соціалізації, інтерпретуються в межах культурних укладів по-різному, що створює невизначеність у їх тлумаченні конкретним індивідом, і визначаються в процесі його соціальної активності. Подано результати соціологічного дослідження, проведеного з використанням аналітичних інструментів, розроблених на основі авторської концепції. На основі аналізу отриманих емпіричних даних зроблено висновок про наявність евристичного потенціалу цього підходу.*

**Ключові слова:** особистість, ідентичність, соціалізація, сучасне суспільство, культурний уклад.

#### Shcherbyna V. Socialisation Process in the Conditions of Cultural Multistructural

*The article deals with the problem of studying the process of identity formation in the conditions of modern society, which have the properties of cultural diversity.*

*The object of research is the scientifically-practical problem, formed in the process of social transformation of society, of studying new aspects of identity formation conditioned by social transformations of the late twentieth and early twenty-first centuries. The problem is the need to develop cognitive means that would correspond to the specifics of the development of identity in the conditions of modern society, in which the factor of cultural identity identification has qualitatively more significant significance in social interaction than it was in the previous historical period. The subject of the study is the concept of a multicultural society and cultural structures as a factor in the formation of an individual's identity in the process of socialization.*

*The author offers an innovative concept of understanding the process of socialization of the individual as an active design of identity in multistructural socialization environments. These environments have signs of different cultural patterns – archaic, traditional, modern and communicative. The norms and values that the individual assimilates in the process of socialization are interpreted in various ways in the cultural structures, which creates uncertainty in their interpretation by a specific individual and is determined in the process of his social activity. The article also presents the results of a sociological study conducted using analytical tools developed on the basis of the author's concept. Based on the analysis of the empirical data obtained, a conclusion is made about the heuristic potential of this approach.*

**Key words:** personality, identity, socialization, modern society, cultural structure.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.624

О. С. ГЕРАСЬКІНА

### ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ДЕВІАЦІЙ

*У статті виділено та описано типи організаційних девіацій. В основі типології лежить поняття організаційних норм, а саме: норми, що стосуються психофізіологічного стану; норми інституційного характеру; відомчі, технологічні та кваліфікаційні норми, які є критеріями для оцінювання поведінки співробітників. Відповідно, організаційними девіаціями виступають дії, поведінка або ситуації, які не відповідають вищезазначеним нормам: ментальні відхилення та неявно виражені фізіологічні відхилення; порушення норм економічних інституцій, інституту власності та людини; порушення загальних, технологічних і безпекових режимів та невідповідність кваліфікації людини займаній посаді.*

***Ключові слова:** організаційна девіація, організаційні норми, типи організаційних девіацій.*

Дослідження організаційних девіацій як окремих напрям досліджень поступово проходить становлення в межах більшості гуманітарних і соціальних наук, зокрема в соціології девіантної поведінки. Сфера організаційної девіації досить широка, вона включає в себе форми поведінки, що відхиляються від організаційних формальних і неформальних норм, правил та цінностей, відображає не лише деякі види соціальних девіацій, а й специфічні внутрішньоорганізаційні, професійні, посадові девіації, зумовлені організаційним середовищем. Організаційні девіації залежно від своєї природи й ступеня прояву приховують у собі ризики й загрози різного рівня: починаючи з невеликого міжособистісного конфлікту, закінчуючи великими крадіжками, серйозними технологічними порушеннями, що можуть значно дестабілізувати становище. Важливим завданням будь-якої організації чи підприємства є забезпечення кадрової безпеки з метою запобігання ризикам і загрозам, пов'язаним із діяльністю персоналу. Для вирішення цього завдання необхідно точно визначити можливі форми й характеристики організаційних девіацій і типологізувати їх.

Організаційні девіації на сьогодні розглядають спеціалісти, які використовують як міждисциплінарний підхід для комплексного пояснення явища, так і вузькоспеціальний для вивчення окремих аспектів.

Організаційні девіації, причини їх виникнення та класифікації понад двадцять років вивчають С. Л. Беннет та Р. Дж. Робінсон. На їх думку, існують два типи відхилень: організаційна девіація – дії, спрямовані на організацію, та міжособистісна девіація – девіантні акти щодо співробітників, керівників і підлеглих на робочому місці [10].

Зокрема, М. Мартинко (M. J. Martinko) визначає організаційну девіацію як «...поведінку, для якої характерно зневажливе ставлення до норм і цінностей життя суспільства й організації, дії, які загрожують благополуччю організації та її членів і порушують як неписані, так і чітко сформульовані правила, що стосуються гідної, цивілізованої й шанобливої поведінки» [8, с. 94].

У межах теорії агентства, представниками якої є Р. Вайсмен (R. M. Wiseman), Г. Ходжсон (G. Hodgson), Б. Дайкс (B. J. Dykes), проаналізовано схильність працівників організації (агентів) до опортунізму, а отже, і до девіантної поведінки [9].

Пояснюючи ситуацію шахрайства в організації, С. Альбрехт, Дж. Венц та Т. Уільямс запропонували розглядати її з трьох позицій – модель «трикутник шахрайства», що включає в себе три параметри: можливість, тиск обставин, самовиправдання [1, с. 36].

У соціології девіантної поведінки проблемі організації девіацій розглядають лише приблизно останні десять років. Особливий внесок у розвиток цього напрямку зробив соціолог І. Рущенко. Він запропонував класифікацію організаційних девіацій, що включає чотири умовних блоки: антидисциплінарний, шпигунський, кримінальний і блок «злочинної» небалості; а також висунув положення щодо питань з кадрової безпеки [4].

Організаційні девіації як соціальне явище привернули значну увагу представників різних наук через свою поширеність та актуальність у сучасному суспільстві, але можна констатувати факт відсутності ґрунтовних теоретичних емпіричних досліджень у цій галузі й фрагментарності у вивченні, що виражається в дослідженнях лише окремих аспектів проблеми. Для відображення загальної картини та вирішення основних дослідницьких і практичних завдань необхідна розробка теоретичної моделі девіантної ситуації в організаціях, типології організаційних девіацій та методів роботи з організаційними девіантами.

**Мета статті** – сформулювати та описати типи організаційних девіацій.

При вивченні девіантності й девіантної поведінки, по-перше, «...мова завжди повинна йти про конкретне суспільство, конкретну нормативну систему і про відхилення від діючих у цьому суспільстві норм... По-друге, в одному й тому самому суспільстві співіснують різні нормативні субкультури... І те, що “нормально” для однієї з них, – “девіантно” для іншої або для суспільства в цілому» [2, с. 10]. Тому будь-які організаційні відхилення визначають, виходячи з розуміння того, які внутрішні організаційні норми були порушені. У зв'язку із цим можна виділити три основні види організаційних норм, які будуть виступати критеріями для характеристики й типологізації організаційних девіацій:

- 1) норми, що стосуються психофізіологічного стану;
- 2) норми інституційного характеру;
- 3) відомчі, технологічні та кваліфікаційні норми.

Параметрами «нормального» психофізіологічного стану є:

– тверезість – стан ясної свідомості, безперервне утримання від прийому алкоголю та інших психоактивних речовин на робочому місці;

– психічне здоров'я – це стан благополуччя, при якому людина може реалізувати свій власний потенціал, справлятися із звичайними життєвими стресами, продуктивно й плідно працювати, а також робити внесок у життя свого співтовариства [11]. Отже, це сукупність установок, якостей і функціональних здібностей, які дають індивіду змогу адаптуватися до трудового середовища;

– фізичне здоров'я – відповідність рівня здоров'я медичним вимогам у сфері обраного виду трудової діяльності.

Таким чином, організаційні девіації, що стосуються психофізіологічного стану, виражаються в ментальних відхиленнях та неявно виражених фізіологічних відхиленнях.

Ментальні відхилення можуть набувати таких форм, як: адикція, «несвідомі» порушення організаційних норм, психопатія та ситуативні психологічні відхилення. Перелічені відхилення поширюються у світі щороку, особливо серед продуктивної групи населення. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, психічними захворюваннями на сьогодні страждають понад 450 млн чоловік. У західних країнах кожна сьома людина має параною, шизофренію або схильна до депресій і алкоголізму. За прогнозами, до 2020 р. психічні розлади увійдуть до першої п'ятірки хвороб, що призводять до втрати працездатності. Поширеність психічних розладів в Україні становить 12–15%.

Розглянемо девіації психофізіологічного характеру більш детально:

Адикції – нав'язливі потреби людини в певній діяльності [6, с. 11]. Цей термін вживають як для визначення залежностей з хімічним типом (проблеми з алкоголем, наркотиками та іншими психоактивними речовинами), так і не хімічним (ігроманія, комп'ютерна та інтернет-залежність, фанатизм та інші залежності від будь-якого виду діяльності). Такі види залежностей, як алкоголізм, наркоманія, ігроманія, є поширеними в українському суспільстві загалом і серед економічно активного населення зокрема, тому існує велика ймовірність появи в організації працівника з такими проблемами. В організації адикцію з хімічним типом можна розпізнати за такою поведінкою, як розпивання алкоголю або прийом інших психоактивних речовин на робочому місці, постінтоксикаційний стан та зовнішнім ознакам існування залежності в цілому, яка позначається на здоров'ї, настрої. Адиктив з нехімічним типом залежності ідентифікувати значно складніше, оскільки зовнішні ознаки починають виявлятися тоді, коли залежність завдає значної шкоди психологічному здоров'ю людини і вона не в змозі контролювати цю залежність та нехтує трудовими обов'язками.

До «несвідомих» порушень організаційних норм здатні люди із захворюваннями по лінії психіатрії. Психіатричні захворювання – діагностовані за допомогою фахівця в галузі психічного здоров'я, стабільні психопатологічні стани, що призводять до порушення здатності функціонувати в житті. Найчастіше результатом появи таких співробітників у трудовому

колективі є приховування діагнозу від керівництва, неуважне вивчення кандидатури під час відбору персоналу, співбесіди. Цей тип організаційної девіантної поведінки зустрічається нечасто, оскільки має явні зовнішні ознаки, людина не усвідомлює, що відбувається навколо та не здатна контролювати хворобу, тим більше, не в змозі виконувати виробничі завдання.

Психопатія – емоційно-вольовий розлад психіки без явних порушень роботи інтелекту. Такі розлади впливають на вольові якості людини, її характер, мотивацію дій, але це ніяк не стосується провалів у пам'яті. Вона є наслідком патологічного формування особистості з вираженими розладами поведінки й соціальної адаптації. Для визначення психопатів в організаційному середовищі існує поняття «отруйні співробітники» – члени організації, які в силу своїх особистісних якостей, емоційного стану демонструють дисфункціональну поведінку, яка загрожує емоційному стану або комфорту інших співробітників. Це співпрацівники, які здатні створювати нездоровий соціально-психологічний клімат в організації, провокуючи конфлікти й можливі наступні загрозові дії як фізичне насильство, мобінг, образи.

Специфічними організаційними девіаціями є ситуативні психологічні відхилення. На відміну від інших ментальних відхилень, вони найчастіше є породженням самих організацій та зумовлені умовами праці, стилем управління, характером виробництва, до них належать гострий хронічний стрес, професійне вигорання та аномічний синдром.

Хронічний стрес – постійна психотравма особистості як результат несприятливого оточення, середовища; тривалий дискомфортний стан з різних значущих для особистості причин [12].

Професійне вигорання – це сукупність негативних переживань, пов'язаних з роботою, колективом і всією організацією загалом. Виявляється у виснаженні психофізіологічних ресурсів, необхідних для успішного виконання професійної діяльності. У стані гострого хронічного стресу або професійного вигорання працівник втрачає мотивацію для виконання виробничих завдань, пригнічений стан не лише негативно позначається на здоров'ї та психологічному стані, а й на якості виконуваної роботи, соціалізації в трудовому колективі.

Аномічний синдром в основі своєї назви має термін «аномія», введений Е. Дюркгаймом для пояснення поведінки, що відхиляється від норм, у суспільствах, у яких відбувається дезінтеграція й розпад певної системи усталених цінностей і норм. В організаційному середовищі аномічний синдром являє собою ситуацію, коли персонал, перебуваючи в ясній свідомості, порушує організаційний порядок та ігнорує вимоги керівництва через дію різних внутрішніх і зовнішніх факторів.

Окремим типом організаційних девіацій, що стосуються психофізіологічного стану, є неявно виражені фізіологічні відхилення. Увага акцентується на тих фізичних станах людини, що несумісні з можливістю ефективно виконувати трудові завдання, але їх важко або неможливо точно виявити в процесі відбору персоналу. Це ситуація, коли людина навмисно й

усвідомлено приховує стан свого здоров'я від керівництва та співпрацівників.

Інституційні норми в організації закріплюють за трьома основними напрямками, у зв'язку з якими, передбачаються кримінальні та адміністративні інституційні порушення:

– норми економічних інституцій. Економічні та фінансові ресурси – сукупність ресурсів, які використовують для виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних і духовних благ, грошові кошти, які є в розпорядженні організації з метою здійснення всіх видів діяльності як за рахунок доходів, накопичень і капіталу, так і за рахунок різного виду надходжень [3]. Порушення норм економічних інституцій виражаються в білокомірцевій злочинності або латентних злочинах персоналу, що має особистий доступ до цінних ресурсів. Як правило, це вчинення значних дій, таких як: великі фінансові злочини, злочини, пов'язані з комерційною таємницею, корупційні злочини, зловживання службовим становищем. Яскравим прикладом цього виду девіацій є випадок 2014 р., коли компанія HTC Corporation, яка була одним з лідерів на ринку смартфонів, вела судові розгляди зі своїми ж працівниками, які входили до вищого ешелону управління компанії та використовували комерційні розробки організації для того, щоб створити свою власну компанію з виробництва смартфонів у Китаї. Іншою типовою історією є справа Олексія Кибалка, до сфери відповідальності якого входило проведення тренінгів у французькому офісі Microsoft і підтримка продуктів цієї компанії в країнах Африки та Близького Сходу. У березні 2014 р. він був затриманий працівниками ФБР та звинувачений з визнанням вини в тому, що сприяв поширенню комерційних секретів компанії, а також надавав журналістам і блогерам продукти, що ще не з'явилися в офіційному продажі;

– норми інституту власності. Власність організації – це матеріальні та нематеріальні цінності, що використовує підприємство у виробничій діяльності [5, с. 56]. Вона включає всі види майна, які необхідні для здійснення господарської діяльності. Майно складається з виробничих і невиробничих фондів, а також інших цінностей, які певним чином враховуються і вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства. До порушення норм інституту власності належить загальнокримінальна злочинність, що реалізовується в дрібних крадіжках та простих шахрайствах;

– норми інституту людини. Права людини – це комплекс природних і непорушних свобод та юридичних можливостей, зумовлених фактом існування людини в цивілізованому суспільстві [7, с. 18]. Незалежно від сфери та специфіки діяльності організації, права людини обов'язкові до дотримання та регулюються державним апаратом країни. Організаційними девіаціями, пов'язаними з нормами інституту людини, є такі: злочини проти гідності, психічне насильство, порушення трудових прав, злочини проти фізичної недоторканості та сексуальні домагання. Ілюстрацією цього типу організаційної девіації є нещодавній гендерний скандал у компанії Google: інженер компанії написав внутрішню провокаційну замітку, де заявив, що саме через біологічні відмінності між статями на технічних спеціальностях

і на керівних посадах у компанії так мало жінок. Цей скандал освітило видавництво *Financial Times* у статті, яка спричинила резонанс серед працівників компанії. Велика кількість працівників Google засуджують висловлювання колеги та вимагають від керівництва жорстких заходів через порушення внутрішнього кодексу поведінки.

Відомчі, технологічні та кваліфікаційні норми відображають питання щодо ефективної та законної організації виробничого процесу. Організаційні девіації в цій сфері являють собою порушення режимів та кваліфікаційних вимог. Так, в організації існують різні види режимів:

1. Загальний режим – це сукупність внутрішньоорганізаційних норм і правил, що регулюють трудові відносини: трудові дисципліни, графік роботи, правила оформлення документів та інші специфічні вимоги конкретної організації.

2. Технологічний режим – основні параметри, необхідні для здійснення різних операцій технологічних процесів. Як правило, до нього належать загальногалузеві вимоги, закріплені на державному рівні й внутрішньоорганізаційними вимогами (наприклад, вимоги до виготовлення унікального продукту на ринку).

3. Безпековий режим, основні вимоги якого закріплені в інструкціях з техніки безпеки, охорони праці.

Порушення цих режимів є дуже серйозними та можуть завдати великої шкоди організації або навіть суспільному оточенню й навколишньому середовищу, особливо якщо йдеться про організації з підвищеним рівнем небезпеки на виробництві. У сучасного людства досі на слуху ряд великих техногенних катастроф, багато з них детерміновані недотриманням технології, техніки безпеки: вибух 1976 р. на хімічному заводі в італійському місті Севесо через недотримання температурного режиму працівниками заводу; хімічна катастрофа 1984 р. в Бхопалі на заводі американської компанії «Union carbide»; аварія на Чорнобильській АЕС 1984 р.

Істотною проблемою в організаціях також є порушення кваліфікаційних норм, невідповідність займаній посаді. Кваліфікація – ступінь або рівень прояву професійних якостей, ступінь відповідності певному рівню професійних вимог. Як правило, кожна посада має свій набір кваліфікаційних вимог. Людина, яка має повноваження самостійно приймати рішення й володіє кваліфікацією, що суттєво нижче від затребуваної, здатна на небезпечні дії. Існування таких співробітників в організації є результатом помилки при відборі й наборі кандидатів, неправильної розстановки кадрів, службового заступництва на шкоду справі. Зворотна ситуація, коли співпрацівник із рівнем кваліфікації значно вищим за необхідний здатний виконувати виробничі завдання ще ефективніше на іншій посаді, але за деяких умов не має цієї можливості або бажання, теж вважається відхиленням та може мати негативні наслідки як для самого працівника у вигляді хронічного стресу, професійного вигорання, так і для організації, оскільки при неефективній системі управління персоналом неможливе успішне функціонування підприємства, відсутність у персоналу можливостей



кар'єрного зростання та професійного розвитку призводить до ризику втрати цінних кадрів.

**Висновки.** Таким чином, наведена типологія організаційних девіацій може бути теоретичною базою для подальших наукових досліджень і слугувати для потреб практики в трудових організаціях. Критеріями класифікації є основні норми та вимоги ціннісно-нормативної системи будь-якої організації: норми, що стосуються психофізіологічного стану; норми інституційного характеру; виробничі, технологічні й кваліфікаційні вимоги. Тим самим вирішується проблема невизначеності в оцінці природи організаційних девіацій, що зумовлена їх розповсюдженістю та численними видами прояву. Поряд з вирішенням питань про ідентифікацію організаційних девіантів і віднесення їх до різних типів у контексті досліджень у цій сфері розглядають і такі, як: вивчення факторів, що провокують девіантну поведінку; пояснення ситуації девіантності в організації; розробка методів роботи з організаційними девіантами.

#### Список використаної літератури

1. Альбрехт С., Венц Дж., Уильямс Т. Мошенничество. Луч света на темные стороны бизнеса. Санкт-Петербург, 1995. 400 с.
2. Гишинский Я. И. Девиантология: социология преступности, наркотизма, проституции, самоубийств и других «отклонений». Санкт-Петербург : Юридический центр Пресс, 2004. 520 с.
3. Економічна енциклопедія : у 3 т. / ред. рада: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2000. 864 с.
4. Руценко І. П. «Організаційні» девіації і кадрова безпека. *Девіантна поведінка: соціологічний, психологічний та юридичний аспекти* : матеріали наук.-практ. конф. (Харків, 6 квітня 2011 р.). Харків : ХНУВС, 2011. С. 147–151.
5. Сафронов Н. А. Экономика предприятия : учебник. Москва : Юристъ, 1998. 584 с.
6. Свенцицкий А. Л. Краткий психологический словарь. Москва : Проспект, 2011. 512 с.
7. Тертишник В. М. Верховенство права та забезпечення встановлення істини в кримінальному процесі України. Дніпропетровськ : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ ; Ліра ЛТД, 2009. 404 с.
8. Фернхам А., Тейлор Дж. Темна сторона поведінки на роботі: Як зрозуміти, чому співробітники звільняються, крадуть або обманюють вас і як цього уникнути : пер. з англ. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2005. 336 с.
9. Gomez-Mejia L. R., Wiseman R. M., Dykes B. J. Agency problems in diverse contexts: A global perspective. *Journal of Management Studies*. 2005. Vol. 42. № 7. P. 1507–1517.
10. Robinson S., Bennett R. Typology of Deviant Workplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study. *Academy of Management Journal*. 1995. Vol. 38. № 2. P. 555–572.
11. Всемирная организация здравоохранения: сайт. URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/ru/> (дата обращения: 21.01.2018).
12. Энциклопедический словарь по психологии и педагогике: сайт. URL: [http://psychology\\_pedagogy.academic.ru/19183](http://psychology_pedagogy.academic.ru/19183) (дата обращения: 21.01.2018).

Стаття надійшла до редакції 22.04.2018.

---

#### Гераськина Е. С. Типология организационных девиаций

*В статье выделены и описаны типы организационных девиаций. В основе типологии лежит понятие организационных норм, а именно: нормы, касающиеся психофи-*

зиологического состояния; нормы институционального характера; ведомственные, технологические и квалификационные нормы, которые служат критериями для оценки поведения сотрудников. Соответственно, организационными девиациями выступают действия, поведение или ситуации, которые не соответствуют вышеуказанным нормам: ментальные отклонения и неявно выраженные физиологические отклонения; нарушение норм экономических институтов, института собственности и человека; нарушение общих, технологических режимов и режима безопасности, а также несоответствие квалификации человека занимаемой должности.

**Ключевые слова:** организационная девиация, организационные нормы, типы организационных девиаций.

### **Heraskina O. The Typology of Organizational Deviations**

*The article highlights and describes the types of organizational deviations. Nowadays, the study of organizational deviations is an actual direction in sociology of deviant behavior. Development of this direction has relevance because apart from the deviations that are common in society as a whole, there are other specific forms of deviations in organizations that are conditioned by the internal organizational environment, they are widespread and generate new forms of deviations. This social problem has attracted the attention of many modern researchers, but there is still a lack of solid conceptual explanations and models: most of the modern research are concentrated on separate aspects of the object. Organizational deviations are systematic violations of internal organizational norms, rules and values. These violations could be numerous and they all have a different nature, motives, kinds of manifestation and level of danger for the functioning of organization, so there is a need for their typologization for the possibilities of identifying and creating effective techniques in dealing with organizational deviants. The purpose of the article is to form and describe the types of organizational deviations. Types of organizational deviations are determined on the basis of an understanding of which norms exist in organizations. And these are norms concerning the psychophysiological state; institutional norms; departmental, technological and qualification standards. Norms, related to the psychophysiological state include such basic parameters as sobriety, psychological and physical health. Failure to comply with the norms of this type is expressed in physiological and mental deviations: addictions, «unconscious» violations of organizational norms, psychopathy, situational psychological deviations and implicit physiological abnormalities. Institutional norms include economic institutions, the institution of property and the institution of human. Organizational deviations in this case could be considered as large-scale financial crimes, crimes related to trading of confidential information, corruption crimes, abuse of power; minor theft and fraud; crimes against dignity, mental violence, violation of labor rights, crimes against physical integrity and sexual harassment. Departmental, technological and qualification violations consist of: violation of the regimes (general, technological and security regime) and qualification requirements (inconsistency of held position). Typologization of organizational deviations is a key constituent in the work of the personnel security system, as it gives a complete description of possible deviations and their characteristics that require a different approach. Thus, the proposed typology scheme of organizational deviations can serve as a theoretical basis for further research and serve the needs of practice. Along with solving questions about the identification of organizational deviant and assigning it to different types, there are another tasks such as: study of factors that provoke deviant behavior; explanation of deviance situation in organizations; working out of methods of work with organizational deviants.*

**Key words:** organizational deviation, organizational norms, types of organizational deviations.

А. В. ГОРБАЧОВ

## ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОЛОГІЇ СПОЖИВАННЯ В СХІДНІЙ ЄВРОПІ ХХІ СТОЛІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ)

*У статті досліджено особливості соціології споживання в Східній Європі ХХІ ст. Для аналізу соціології споживання взято соціологічний базис польської соціології. Польщу можна вважати одним з економічних флагманів у цьому регіоні Європи, тому соціологічна база польських дослідників найбільш приближена до загальних реалій Східної Європи. Завдяки аналізу цього теоретичного надбання можна виявити ті особливості, які характерні для країн Східної Європи. Надалі ці особливості можна використовувати, щоб розширити коло досліджень власної соціології споживання.*

*Ключові слова:* соціологія споживання, Східна Європа, Польща.

При дослідженні української соціології споживання виникла необхідність проаналізувати теоретичне надбання низки країн Східної Європи, тому що чимало соціальних процесів у сфері економіки України є дещо «європеїзованими», тобто ми зустрічаємо деяку підміну наших цінностей цінностями, характерними для країн Європи (придбання останньої моделі айфону за наявності робочого айфону тощо). Тому для аналізу цього явища ми будемо використовувати соціологічне надбання країн Східної Європи як найбільш приближених до нашого економічного й культурного буття держав. Аналіз теоретичного базису соціологічної науки в цих країнах допоможе доповнити наше розуміння соціології споживання досвідом «споріднених» країн і розширити власний український теоретичний базис не тільки соціології споживання, а й соціології економіки загалом. У процесі вивчення соціологічних джерел середини ХХ ст. ми зустрічаємо найбільш поширену проблему соціології економіки в країнах Східної Європи – споживання перебуває поза сферою аналізу соціології. Сьогодні можна констатувати активне дослідження проблем споживання в межах економічної соціології.

**Мета статті** – проаналізувати теоретичні підходи до аналізу «споживання» в Східній Європі на прикладі Польщі.

Чому для визначення тенденцій соціології споживання в Східній Європі була обрана Польща? По-перше, Польща на сьогодні – це яскравий приклад тих економічних та суспільних процесів, які проходять у Східній Європі. По-друге, Польщу можна вважати одним з економічних флагманів у цьому регіоні Європи. По-третє, ті суспільні виклики, які з'явилися у польському суспільстві (масова міграція населення, жорстка економія, сегрегаційні процеси тощо), дали широку базу для польських соціологів, які сконцентрували свою увагу на економічній сфері. Виходячи з вищезгаданого, можна зробити висновок, що соціологічна база польських дослідників найбільш приближена до загальних реалій Східної Європи.

Під час аналізу польської соціології споживання треба пам'ятати дві речі. Перша – на відміну від української соціології споживання [5], теоре-

тичний базис якої був сформований на початку ХХ ст., польська соціологія споживання за основу використовує європейських дослідників [4]. Друга – умовно польську соціологію споживання можна поділити на три підходи: теорії мікрорівня (найбільш поширені); теорії, засновані на аналітиці Баумана (другий найбільш поширений підхід), і теорії, засновані на стратифікації (більшість польських дослідників уникають цього підходу).

Основні сучасні теоретичні підходи до визначення споживання, що є характерними для соціологічної думки Польщі, можна зустріти в аналітичній праці Адріани Міки, Марти Олькон-Кубички, Катажини Вириківської «Огляд семінару: нова економічна соціологія та соціологія: де вони зустрічаються? Чим вони відрізняться?» [2]. Цей огляд представляє теоретичне обґрунтування основних положень польської економічної соціології, що були артикульовані Польською соціологічною асоціацією в 2017 р. в межах проведення наукових семінарів. Довгострокова мета цих семінарів – проаналізувати зв'язок між традиційною соціологією й новою економічною соціологією як специфічну теоретичну проблему. Водночас до завдань семінару входило вирішення нагальної практичної проблеми – виявлення ступеня впливу Інтернету на процес споживання, споживчу поведінку та аксіологічні складові сучасного соціуму. Сама серія семінарів складається з трьох річних зборів. По-перше, було зроблено спробу встановити демаркаційні лінії між новою економічною соціологією й загальною соціологічною теорією. У такий спосіб семінар відкрив шлях для теоретичного та практичного дослідження споживання. Друга нарада запланована на літо цього року й має назву «Альтернативні економічні моделі й відповідь на відхилення в сучасному суспільстві», де будуть досліджувати модальності реагування до організаційного спаду в період економічної кризи в новій економічній соціології. Третя зустріч відбудеться в 2019 р., де будуть досліджувати вплив Інтернету на споживання в межах теоретичного базису нової економічної соціології за темами: споживання; економічна практика зацікавлення роботою, підприємництво, здоров'я, освіта, мистецтво та їжа. Як можна побачити, вивчення споживання в різних контекстах набуває великого значення в польській соціології, але такий спосіб аналізу явища без можливості вплести ці дані в макроструктуру суспільства буде мати нульові результати. Це може бути підтверджено результатами семінару, який пройшов у 2017 р. У його межах були розглянуті принципи вимірювання різних елементів споживання, нові можливості досліджень існуючих світових практик, наприклад: фінансові процеси, економічне життя, підзвітність організацій та установ. Так, наприклад, становить науковий інтерес доповідь Х. Осандона, який виділив два можливі підходи до аналізу освіти як предмета споживання та як товару. Перший підхід говорить, що освіта підзвітна сьогоднішнім ринковим тенденціям, а другий – що освіта самостійно формує тенденції на ринку. Зокрема, М. Седлачка порушила тему соціо-економічних зв'язків між Польщею та Росією й звернула увагу на необхідність застосування категоріального апарату соціології часу при аналізі міждержавних зв'язків. Дан Рияв і Роман Хоффрейтер на прикладі Чехії й Словаччини спробували виявити ті критичні зауваження економічної

трансформації країн Східної Європи, які почались з 1990-х рр. й до сьогодні (зокрема були порушені питання споживання). Ця різнобічність досліджень в економічній соціології має велике значення на мікрорівні (для економічної соціології як окремої сфери), але на макрорівні ці дослідження без глибокого стратифікаційного аналізу не досить вагомі.

У польській соціології можна зустріти такі теорії споживання, які йдуть шляхом стратифікаційного аналізу й мають більш розширену та логічну структуру. Наприклад, такого теоретичного рівня є праця Она Гразін Ракаускене, Герберт Струнц «Підхід до скорочення соціально-економічної нерівності: зменшення вразливості і зміцнення» [3]. Заслуговує на увагу пропозиція авторів щодо понять «прихильність» і «контроль». Прихильність, на їх думку, – це переконання людини в тому, що активна участь у подіях життя пропонує їм шанс дізнатися, що для них є значущим і цікавим. Індивід з добре розвиненою складовою прихильності відчуває задоволення своєю діяльністю. У контраст, при низькому її рівні людина відчуває себе виключеною й викинутою із життя. Наприклад: при великому виборі товарів індивід відчуває деяке задоволення великим вибором, а при низькому – незадоволення й збурення. Контроль – це переконання людини в тому, що боротьба й подолання труднощів дають змогу добиватися своєї мети, навіть якщо успіх не гарантований. При високому рівні контролю індивід відчуває, що він контролює своє життя й вибирає свій власний шлях. На цей фактор впливає величезна кількість факторів: від сімейного становища людини до економічних обставин у країні. Далі дослідники аналізують таке явище, як накопичення капіталу індивідом і його використання (процес, який не часто можна зустріти в класичних теоріях). Так, науковці вказують, що потенціал людини будується впродовж усього життя, і необхідно розвивати й підтримувати його, інакше він може застоюватися. Наприклад, при правильному використанні індивідом капіталу у сфері освіти підвищується потенціал людини загалом, тому протягом усього життя людина повинна підвищувати свою освіту, робити інвестиції в особисте навчання. Чим раніше такі інвестиції зроблені, тим кращі перспективи людини. Водночас відсутність своєчасних і постійних інвестицій робить дуже ймовірною ситуацію, що людина буде перебувати поза сферою споживання. Пізніше втручання можуть допомогти людині відновитися й просунутись уперед на шляху розвитку. У цьому контексті інвестиції в розвиток і освіту дітей та молоді відіграють фундаментальну роль у формуванні високого рівня культури суспільства загалом. Далі дослідники аналізують вікові групи з позиції бідності та дають стислу характеристику формування класової структури суспільства. Починають вони з дитинства. Бідність часто руйнує нормальний хід розвитку в ранньому дитинстві: один з п'яти дітей у слаборозвинених країнах живе в абсолютній убогості й уразливі до голоду. За відсутності адекватного харчування та медичного обслуговування більшість дітей з бідних сімей, які починають навчання, не готові вчитися, важко проходять усі етапи навчання. Молодість (особи у віці 15–25 років) є ключовим перехідним періодом, протягом якого особистості навчаються брати участь у суспільному житті та входять у світ за-

йнятості. Молоді люди з бідних сімей маргіналізуються на ринку праці, оскільки в них немає досвіду роботи, соціальних контактів і навичок для пошуку робочих місць. Таким чином, вони з більшою ймовірністю залишаться безробітними або будуть працювати в небезпечному ринку зайнятості (тут дослідники мають на увазі криміналітет). Для літніх людей найбільшими проблемами є убогість і соціальна ізоляція, коли особи стають більш вразливими фізично, розумово й в економічному плані. Сукупний вплив факторів виключення останніми роками сприяє проходженню бідності від покоління до покоління.

Також польська соціологія споживання зосередилась на аналізі впливу процесів, які породила глобалізація, а особливо – суспільство споживання. Для аналізу такого типу суспільства дослідники найчастіше використовують аналітику Зигмунда Баумана, польського соціолога-дослідника, більшість праць якого присвячено аналізу впливу глобалізації на суспільство. Тому не дивно, що польські дослідники повною мірою використовують його дані (починаючи з 2001 р.). Найяскравішим прикладом використання теоретичного базису може бути Лукас Івасінські та його бачення споживання, яке викладене в праці «Споживче співробітництво від Зигмунда Баумана» [1]. У ній автор надає своє розуміння суспільства споживання через розуміння Зигмундом Бауманом суспільства сьогодення. На думку Івасінські, суспільство споживання на сьогодні складається за рахунок збільшення масштабів споживання й домінування матеріалістичного ставлення до нього. Ці явища можуть виникати в суспільстві, але вони є вторинними до основного явища – сукупності товарності або, по-іншому, комерціалізації, що проникає в усі аспекти життя, або ж – «всемогутнього» ринку. Споживче товариство в ідеалі, як зауважує Івасінські, буде ідентичне світу західного капіталізму – такий тип соціального порядку намагається привести всі елементи реальності до споживання товарів. Він поглинає ділянки, які колись залишалися поза торгівлею, й асимілює все, що перебуває поза цими процесами. Як зауважує дослідник, апелюючи до Баумана, споживчий ринок – це сучасна (звичайно мутована) версія мрій короля Мідаса. Все, що торкається ринку, негайно змінюється на споживання товарів. Таким чином, лише ті сфери життя, які підлягають споживанню (іншими словами, ті, що були товарними), можуть існувати соціально. А сфери людського життя, які чомусь не можуть пройти цей процес й уникають комерціалізації, викидаються із суспільного життя. Об'єктом споживання стає один і той самий індивід, у тому сенсі, що його ставлення до свого власного тіла й ідентичність формується на ринку (він пропонує матеріали для створення та подання себе, часто накладає ряд стандартів і забезпечує для задоволення цього інструменту), і також у тому сенсі, що відносини з іншими все більше опосередковуються на ринку. Відповідно до вищезгаданих міркувань індивід таким способом включає себе в суспільство. Індивід, який не відповідає цим вимогам, стає марним для суспільства споживання. Як вказує Івасінські, ринок дає кожному можливість, або, скоріше, створює ілюзію всебічного шансу. Ці процеси роблять більшість індивідів залежними від споживання (найпоширеніше судження соціологів кінця

XX ст.). А незалежними в споживанні стають публічні люди, які мають можливість вибору (реального, а не уявного). Дослідник також робить висновки, що в сьогоденному суспільстві в першу чергу відіграють роль гроші та скільки товарів індивід може споживати. Нині товарообіг має кордони: існують конкуренція з ринком та форми регулювання суспільного життя, зі своїми властивостями, незважаючи на глобалізаційні процеси, але не можна виключити, що галопуюча канонізація цих кордонів буде рухатися.

Роблячи **висновок**, можна стверджувати таке. По-перше, у польській соціології споживання є досить новою темою з погляду комплексного соціологічного аналізу. По-друге, польська соціологія економіки не вивчає споживання з погляду класової структури суспільства, що суттєво обмежує її теоретичний розвиток. Якщо розглядати польську соціологію економіки в сфері споживання порівняно з українською, то можна стверджувати, що українські соціологи вже зробили суттєві кроки в теоретичному осмисленні на шляху комплексного аналізу сучасного споживання.

#### Список використаної літератури

1. Łukasz Iwasiński Społeczeństwo konsumpcyjne w ujęciu zygmunta baumana. *Kultura i Społeczeństwo* / Polska akademia nauk, komitet socjologiiinstytut, studiów politycznych. Warszawa, 2015. Nr 4. S. 236.
2. Mica A., Olcoń-Kubicka M., Wyrzykowska K. M. Workshop Review: New Economic Sociology and Sociology: Where Do They Meet? Where Do They Diverge? Warsaw 22–23 May, 2017. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*. 2017. Vol. 18. № 4. P. 194–198.
3. Rakauskienė O. G., Strunz H. Approach to Reduction of Socioeconomic Inequality: Decrease of Vulnerability and Strengthening Resilience. *Economics and Sociology*. 2016. Vol. 9. № 4. P. 243–258.
4. Горбачов А. В. Еволюція категорії споживання в класичних та посткласичних та посткласичних соціальних теоріях. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. Вип. 71. С. 15–22.
5. Горбачов А. В. Визначення споживання в українській соціологічній традиції. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2017. Вип. 74. С. 40–46.
6. Горбачов А. В. Споживча поведінка як об'єкт соціології та маркер соціальної нерівності. *Соціалізація особистості у сучасних соціокультурних контекстах* : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. Харків : ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2016. С. 17–20.

Стаття надійшла до редакції 12.05.2018.

#### Горбачов А. В. Особенности социологии потребления в Восточной Европе XXI века (на примере Польши)

В статье исследованы особенности социологии потребления в Восточной Европе XXI в. Для анализа социологии потребления был взят социологический базис польской социологии. Польшу можно считать одним из экономических флагманов в этом регионе Европы, поэтому социологическая база польских исследователей наиболее приближена к общим реалиям Восточной Европы. Благодаря анализу этого теоретического наследия возможно выявить те особенности, которые характерны для стран Восточной Европы. В дальнейшем эти особенности можно использовать, чтобы расширить круг исследований собственной социологии потребления.

**Ключевые слова:** социология потребления, Восточная Европа, Польша.

**Horbachov A. Peculiarities of the Sociology of Consumption in Eastern Europe of the XXI Century (on the Example of Poland)**

*In the article, we investigate the features of sociology of consumption in Eastern Europe of the XXI century. For the analysis of sociology of consumption we take sociological basis of Polish sociology. Poland can be considered one of the economic flagships in this region of Europe, so the sociological base of Polish researchers is most closely aligned with the general realities of Eastern Europe. Thanks to the analysis of this theoretical achievement, it is possible to identify those features that are characteristic of the countries of Eastern Europe. In the future, these features may be used to broaden the range of studies of their own sociology of consumption.*

*In the analysis of the Ukrainian sociology of consumption, it became necessary to analyze the theoretical gains of a number of countries in Eastern Europe. Because a number of social processes in the Ukrainian economy are somewhat «Europeanized», that is, we encounter some substitution of our values with the values typical of the countries of Europe (acquisition of the last model of the iPhone, with availability of a working iPhone etc.). Therefore, to analyze this phenomenon, we will use the sociological gains of the countries of Eastern Europe as the closest to our economic and cultural existence of states. An analysis of the theoretical basis of sociological science in these countries will help to complement our understanding of the consumption sociology with the experience of «related» countries and expand our own Ukrainian theoretical basis not only to the sociology of consumption, but also to the sociology of the economy as a whole. In the process of analyzing sociological sources of the middle of the 20th century, we encounter the most common problem of the sociology of economics in the countries of Eastern Europe – consumption is outside the sphere of sociological analysis. Today we can state the active research of consumption problems within the limits of economic sociology.*

*Why was Poland chosen to identify trends in consumption sociology in Eastern Europe? First, Poland today is a vivid example of those economic and social processes that take place in Eastern Europe. Secondly, Poland can be considered one of the economic flagships in this region of Europe. Thirdly, those social challenges that have emerged in Polish society (massive population migration, rigid savings, segregation processes, etc.) gave a broad base to Polish sociologists who concentrated their attention on the economic sphere. Based on the foregoing, one can conclude that the sociological base of Polish researchers is most closely aligned with the general realities of Eastern Europe.*

*To analyze the Polish sociology of consumption, we must remember two things. The first – unlike the Ukrainian sociology of consumption, the theoretical basis of which was formed in the early twentieth century, Polish sociology of consumption is based on the use of European researchers 50–60 years of the twentieth century. The second is the conditionally Polish sociology of consumption can be divided into three approaches: the theory of microlevel (the most common), theories based on Bauman's analysis (the second most common approach) and theories based on stratification (most Polish researchers avoid this approach).*

**Key words:** *consumer sociology, Eastern Europe, Poland.*



**К. Н. КАНДЕЛИНА**

## **ФЕНОМЕН КОНТАМИНАЦИИ В ИМИДЖМЕЙКИНГЕ**

*Статья посвящена рассмотрению феномена контаминации сознания ложью, которой является имиджеформирующая информация. Кратко излагаются истоки формирования имиджа, на основании которых выстраивается современное понимание данного явления. Благодаря подробному исследованию одной из ключевых особенностей информации было выявлено, что имидж представляет собой очередной инструмент манипулирования и обмана общества. Особое внимание уделяется анализу таких приемов конструирования политического имиджа, как языковое программирование и мифологизация, на примере использования которых отчетливо видно феномен контаминации человеческого сознания фиктивными образами.*

**Ключевые слова:** имидж, контаминация, миф, мифологизация, информация, языковое программирование.

На каждом из этапов исторического развития человечества имидж страны имел огромное значение во внутренней политике государства и играл ведущую роль в межправительственных отношениях. На сегодняшний день феномен политического имиджмейкинга достиг настолько высокого уровня сложности, масштабности и изобретательности, что о нем невозможно не говорить. Одной из основных причин возникновения необходимости в более активной эксплуатации политического имиджа стала глобализация. На данный момент странам, которые связаны между собой межгосударственными политическими, экономическими и культурными отношениями, приходится конкурировать во многих сферах, и от того, какое место государство занимает среди остальных, напрямую зависит его судьба. Однако в попытке занять более выгодное положение на международной арене и реализовать собственные интересы государство нередко пренебрегает интересами не только других стран, но и собственного населения (что нередко ставит под удар психологическую безопасность людей).

На современном этапе актуальность исследования вопросов, связанных с конструированием имиджа государства, не вызывает сомнений, особенно – если речь идет об использовании политического имиджа в сфере международных отношений. Принимая во внимание вышеуказанный факт безответственного и небрежного отношения к обществу в рамках межгосударственной борьбы имиджей, рассмотрение феномена контаминации ложью как следствия воздействия на человеческое сознание в процессе конструирования и навязывания имиджа является актуальной проблемой нашего времени.

Многостороннему изучению имиджа посвящены работы Г. Почепцова, в которых исследуется генезис и историческое развитие имиджа, подчеркивается его возрастающая роль в различных сферах современности, подробно описываются основные характеристики приемов политического имиджмейкинга. В его работе под названием «Имиджелогия» раскрывается влияние различных технологий конструирования политического

имиджа, особое внимание при этом уделяется использованию мифов как одного из ведущих и наиболее действенных методов создания и распространения политического имиджа. И. Черемушников детально анализирует восприятие имиджа на разных этапах исторического развития человечества, рассматривает современное представление об имидже и приемы его конструирования.

**Цель статьи** – рассмотрение феномена контаминации человеческого сознания имиджем – заражения ложью, ведущего к фантазмагорическому восприятию действительности.

Первые представления об имидже были связаны с разделением и восприятием телесного и душевного (иными словами – внешнего и внутреннего) у древних греков. Зарождением этого явления, его корнем, является взаимосвязь (гармония или дисгармония) между внутренним содержанием (набором истинно характерных объекту черт) и внешним видом (набором характеристик, который демонстрируется обществу). В данном случае неважно, отражает ли внешний вид какого-либо объекта его внутреннее наполнение или же идет вразрез с ним. Важны условия зарождения феномена, которые образуют его основу, на которую с течением времени уже нанизываются определенные детали, делая это явление более сложным. В Древней Греции внешний вид играл ключевую роль, так как считалось, что только обладатель прекрасной телесной оболочки может иметь благородную душу. Именно с тех пор имидж начал диктовать свои правила игры в мире, который уже никогда более не предпочтет истинное кажущемуся [14].

В Древней Греции появились первые представления о чувственном восприятии, которые так же, как и понимание концептов внутреннего и внешнего, неразрывно связаны с генезисом имиджа. Особенное внимание уделялось исследованию зрительного восприятия, так как большую часть информации человек получает именно благодаря ему.

В среде древнегреческих мыслителей зародилась идея не только об индивидуальном имидже, но и о политическом. Платон в своем диалоге «Государство» предложил разделение общества на сословия. Каждому жителю полиса было назначено свое место: действовать и выглядеть он должен был со-**образно** его социальному положению.

Таким образом, мы обнаруживаем три компонента: внутреннее-внешнее, восприятие и статус. Это то, на чем выстраивается любой имидж, – его упрощенная формула.

Благодаря вышеуказанным составляющим мы можем дать описание сущности явления, которое принято называть «имиджем», вопреки существованию огромного количества достойных отечественных синонимов. Имидж – это картинка, которую выстраивают посредством выгодного сочетания внешних и внутренних характеристик для демонстрации своего положения в обществе и формирования определенного восприятия субъекта-носителя этого образа. А имиджмейкинг – это действия, предпринятые для конструирования этой самой картинки [7].

В первоначальном, чистом, виде имидж не является чем-то подчеркнuto искусственным, поверхностным, идущим вразрез с действительностью (ложным) и потенциально могущим нанести вред, но с течением времени указанные свойства сформировали ассоциативный ряд, который возникает у современного человека в момент, когда он слышит слово «имидж». Такая характеристика, как «вредоносность», может быть поставлена многими под сомнение, однако ее присущность имиджу можно доказать посредством рассмотрения свойств (имиджеформирующей) информации (через которые можно с очевидностью обнаружить, что имидж является воплощением лжи, которая, в свою очередь, не несет человеку ничего полезного) и приемов создания имиджа (с помощью которых конструируют эту самую ложь и распространяют ее).

К основным характеристикам информации, а также к критериям её ценности (они, как правило, совпадают) относят целевое назначение, объем, полноту, надежность, достоверность, избыточность, скорость передачи и переработки информации. Одним из самых примечательных критериев является «полнота имиджеформирующей информации». Информация, которая может повлиять на формирование имиджа, подается людям избирательно (таким образом, чтобы не навредить репутации), то есть является не полной. А если она неполная, то значит, что, согласно вышеуказанным критериям, она не представляет для людей ценности. Хотя она имеет ценность для тех, кто распространяет эту информацию, ведь, получая только положительные данные касательно конкретного имиджа, у людей, естественно, должно складываться о нем впечатление сообразно характеру полученной информации, что очень выгодно отражается на формировании имиджа. Не обладая полным объемом информации по причине утаивания отдельных деталей и подачи информации с одного ракурса, люди просто не в состоянии оценивать полученные данные объективно [8; 11; 13].

Разумеется, насчет полноты предоставляемой информации можно поспорить, ведь подается информация не о самом объекте, а о его имидже. Информация же об имидже подается в что ни на есть полном объеме, так как конструирование имиджа не просто позволяет, но обязательно предполагает избирательность. Однако если рассматривать имидж в его первоначальной трактовке (то есть как отражение внутреннего посредством внешнего), то получается, что людям попросту лгут, так как предоставляют не всю информацию об объекте. В работе Пола Экмана под названием «Психология лжи» было сказано, что полуправда и умалчивание – это всё та же ложь. Принимая во внимание дозированность и избирательность предоставляемой обществу информации, можно прийти к выводу о том, что люди перманентно подвергаются воздействию лжи [15].

Одной из наиболее острых проблем является имидж-промоушен, то есть продвижение имиджа за счет распространения имиджеформирующей информации. Для этого используют различные каналы, такие как: СМИ, литература, Интернет и т.д. Далеко не всегда распространение подобной информации является гладким и эффективным, именно поэтому в процессе навязывания имиджа используют разнообразные технологии (приемы,

техники, трюки, уловки – названия им могут быть разными). Количество приемов выстраивания имиджа на данный момент огромно, более того, оно продолжает расти. Однако, когда дело доходит до формирования имиджа, важным является не количество приемов, но их правильная комбинация и качество исполнения [6; 9; 10].

Особого внимания заслуживает такой прием создания и продвижения имиджа, как языковое программирование. Данный прием исходит из положения о том, что человек подобен машине (компьютеру), а это неизбежно означает, что с помощью набора правильно подобранных знаков и символов (кода) его можно заставить поступать и думать так, как этого желает создатель или распространитель кода (это необязательно должен быть один человек). В сущности, для каждого компьютера любое вторжение в систему несет потенциальную опасность, но при этом всегда есть вероятность, что благодаря этому вторжению (и необходимым манипуляциям) система, наоборот, станет более прочной. Та же ситуация и с человеком: полученная им информация может повлиять на его сознание положительным или отрицательным образом. Она может и вовсе не повлиять, что, по нашему мнению и мнению многих других, тоже хорошо, ведь, как гласит известная пословица, отсутствие новостей – уже хорошая новость, что в нашем контексте будет значить «отсутствие какого-либо влияния – это уже благотворное влияние» [2].

Конструирование положительного имиджа – это всегда ожидание реализации своих интересов. Однако далеко не у всех людей (государств, партий, политически деятелей – если говорить о сфере политической) интересы совпадают. Более того, как правило, реализация интересов одних исключает реализацию интересов других.

Здесь важно отметить, что в процессе распространения имиджеформирующей информации, навязывания имиджа, внедрения шаблонов восприятия могут возникнуть сбои, ошибки (как и в любом компьютере). Эти сбои могут иметь различный характер, который будет удовлетворять интересы и стремления только одной из сторон (отправителя или получателя). Существует два варианта: 1) информация по каким-то причинам была отвергнута, неправильно проинтерпретирована или понята обратным образом (этот вариант не удовлетворяет отправителя); 2) информация внедрилась в сознание человека и нарушила его шаблоны восприятия образов (этот вариант не удовлетворяет получателя).

В сущности, «сбоями» их справедливо называть только с одного ракурса рассмотрения, то есть для отправителя «сбоем» будет считаться первый вариант (так как попытка навязать определенную имиджеформирующую информацию не удалась), а для получателя – второй (так как была произведена попытка внедриться и нарушить привычную систему-сознание человека). При этом закономерным будет отметить то, что создание «сбоя в системе человеческого сознания» является выгодным для отправителя, и, используя различные технологии конструирования имиджа, он стремится сыграть на слабостях психологии человека, чтобы реализовать свои интересы. В то же время в интересах индивида будет сохранение

его психологической безопасности. Стремления отправителя и получателя вступают между собой в конфликт, и в этом психологическом противостоянии победителем будет только один.

Причины первого варианта сбоя могут корениться в работе отправителя информации или в особенностях восприятия получателя. Со стороны отправителя (имиджмейкера или носителя имиджа) ошибки могут возникать из-за неправильного выбора каналов распространения информации, неудачно подобранной комбинации уловок и технологий разработки и продвижения имиджа, человеческого фактора, преднамеренно пренебрежительного отношения к работе и многих других подобных причин. В то же время сбой может произойти также из-за получателя имиджеформирующей информации. Ввиду многих причин (среди которых немаловажным будет уровень интеллектуального развития), получатель может:

– заметив то, что им пытаются манипулировать с помощью различных политических технологий формирования имиджа, фильтровать предлагаемую ему информацию или вообще изолировать себя от поступления подобного рода информации,

– своим (уникальным) образом проинтерпретировать предлагаемую ему информацию, что будет идти вразрез с ожиданиями отправителя, а потому преградит осуществлению его целей;

– не воспринять поступающую к нему информацию из-за нехватки понимания, флегматичности личности или отстраненного восприятия окружающего его мира.

Как уже было сказано, эти варианты реагирования не удовлетворяют отправителя информации, так как они наносят ущерб его деятельности, дискредитируют ее или же заставляют организовывать работу по-новому.

Тем не менее, для нас куда более серьезным и важным будет рассмотрение ситуации, когда информация внедряется в человеческое сознание, разрушает привычные поведенческие и мыслительные шаблоны и заставляет думать об определенном объекте иначе. Этот вариант, как мы уже указывали ранее, идет вразрез с интересами общества. По сути своей, второй вариант «сбоя» является целью языкового программирования: используя этот прием, субъект осознает его последствия и преднамеренно внедряет в сознание людей с помощью различных словесных и смысловых комбинаций информацию, которая изменит модель восприятия определенного объекта или явления. Использование других технологий конструирования имиджа имеет ту же цель.

Выходит, что мы сталкиваемся с преднамеренным вмешательством в наше сознание, которое нередко может оказаться настоящим вредительством. Почему именно «вредительством»? Во-первых, потому что вторжение несет в себе потенциальную угрозу (мы не знаем, каким именно образом определенная информация повлияет на конкретного индивида). Во-вторых, потому что распространяемая имиджеформирующая информация, как мы уже это выяснили, наверняка окажется ложью, и если человек в нее верит и отрицает вероятность наличия у субъекта-носителя имиджа противоположных характеристик, его можно смело назвать «нездоровым» («зара-

женным ложью, которая может привести к «осложнениям» в виде полного отсутствия объективного восприятия реальности»). И, наконец, в-третьих, потому что это – загрязнение человеческого мозга лишней и совсем не полезной информацией [2].

Усилия и попытки «запрограммировать» человека по своему желанию и усмотрению никогда не проходят бесследно. «Вирус» информации, ведущей в заблуждение, проникает глубоко и распространяется со скоростью современного научно-технического развития. Тем более что источников «заражения» сейчас больше, чем когда-либо было.

На данный момент у слова «заражение» есть 14 синонимов. Среди всех нам показалось особенно примечательным именно слово «контаминация». Данное слово латинского происхождения (*contaminatio*), и переводится оно как «смешение», «осквернение», «заражение». Его используют в пяти контекстах, и в зависимости от них слово приобретает конкретные оттенки значений. В литературе/издательстве контаминация – это соединение текстов разных редакций одного произведения. В лингвистике оно означает возникновение нового слова или выражения в результате смешения частей слов или выражений. В медицине это – момент заражения. В психиатрии термин обозначает неправильное сложение слов, когда начало или конец одного слова заимствуется у следующего слова. В биологическом контексте контаминацией называют загрязнение посредством смешения [12].

Все указанные определяющие слова («заражение», «загрязнение» и «смешение») превосходно отражают сущность феномена, который мы пытаемся описать, – сущность контаминации человеческого сознания образами-имиджами, заражения ложью, которая искажает реальность, превращая ее в причудливую фантасмагорию. В этом случае уместным будет задать вопрос о том, где искать истинный мир? Только лишь внутри каждого человеческого создания, которое под давлением диктуемой жестокой реальности боится показывать правду миру, и вынуждено примерять на себя различные маски, чтобы соответствовать социуму и не быть уязвимым перед ним? Очевидно, что истина (правда) просто невыгодна. Она нагая сама и обнажает каждого, кто достаточно смел, чтобы с ней соприкоснуться. Все остальные, кому есть что скрывать (хотя в наготе по природе и нет ничего постыдного), прикрывают «тряпками» (образами, имиджами) «несовершенства или даже уродства» их наготы. Людям приходится прибегать к созданию образов для себя, чтобы хотя бы немного сокрыть свои недостатки. Однако эксплуатация имиджей для достижения низменных целей не оправдывает психологическую опасность, которой подвергаются люди в процессе продвижения имиджеформирующей информации [12].

Еще одним примечательным приемом конструирования имиджа (и контаминирования разума) является мифологизация. Прием мифологизации заключается в том, что имидж выстраивается на фундаменте, как правило, давно существующих в массовом сознании мифов и архетипов. Разумеется, мифы можно создавать с таким же успехом и в настоящее время (что нам ежедневно доказывает реклама), однако здесь можно столкнуться с проблемой, которая касается того, насколько успешно приживется в кол-

лективном сознании новый миф. Данный прием напрямую воздействует на бессознательное людей. Таким образом, ему удастся перехитрить процесс фильтрации поступающей в сознание информации, внедряясь глубоко в подсознание посредством установления связей между имиджеформирующей информацией и мифом [2; 5].

Мифы можно условно назвать альтернативной реальностью, фантазмагорией действительности, это – завершенные и самостоятельные конструкции, которые не нуждаются в дополнениях и сторонних комментариях. Мифы по своей сущности и структуре кажутся всем довольно простыми и понятными. Однако за видимой простотой в данном контексте всегда скрывается нечто вводящее в заблуждение, многослойное, вычурное и лживое. Причем ложь эта является крайне цепкой и заразной: попав в поле обзора среднестатистического человека, миф контаминирует разум, распространяясь по нему, как бактерия, подчиняя себе и корректируя мыслительные процессы.

Имидж метафорически представляет собой оптическую призму, искажающую действительность и препятствующую объективности. Именно поэтому мы можем утверждать, что процесс создания имиджа – это собрание последовательных, тщательно продуманных действий, ведущих впоследствии к ментальной контаминации – тотальному и беспощадному заражению неправдивыми образами, модифицирующими сознание людей на некоторое время.

Использование данного приема является оправданным, так как у мифа и имиджа есть как сходные черты (благодаря чему происходит слияние двух в своей сущности разных феноменов), так и различные (которые имеют возможность нивелировать слабые стороны друг друга). К общим характеристикам относятся следующие [1]:

- как имидж, так и миф являются образами, возникающими в человеческом сознании;
- несмотря на видимую иллюзорность обоих феноменов, они вполне реальны (так как необязательно иметь физическое воплощение, чтобы провоцировать реальные последствия);
- оба феномена прагматичны: имидж нацелен на решение определенных задач, миф – на понимание окружающего мира;
- они являются упрощенной моделью восприятия;
- в рамках создания имиджей и мифов задействованы не только рациональные, но и эмоциональные компоненты.

Однако именно различия между этими феноменами делают использование мифологизации «выгодной инвестицией» для любого в перспективе носителя этого имиджа, так как появляется возможность трансформировать невыигрышные характеристики имиджа в конкурентные преимущества. Например:

- имидж неустойчив, а потому его необходимо все время чем-то подкреплять, при этом мифы постоянно хранятся в сознании людей и ими же поддерживаются; поэтому использование мифологизации является вы-

годным: имидж становится более упроченным, пропадает необходимость в постоянном его подкреплении;

– имидж является целостным и непротиворечивым конструктом, при этом миф постоянно вмещает в себя контрасты и противоположности; выходит, что, используя мифологизацию, можно получить очень яркий образ, который будет жизнеспособнее оттого, что красочное и необычное всегда запоминается лучше.

Немецкий философ-герменевт Ханс-Георг Гадамер ставил «миф и разум» в один ряд. По его мнению, как миф, так и рациональные трактовки внешнего мира являются продуктом интеллектуальной деятельности человека [3]. В начале его исследования «соотношения мифа и разума» под мифом понимается нечто, являющееся диаметрально противоположным разумному взгляду на мир, более того, он указывает на то, что миф нельзя подтвердить опытным путем, что и является одной из крупнейших отличительных черт мифа от разума. Руководствуясь этим утверждением, мы наталкиваемся на то, что использование мифологизации как способа конструирования имиджа является, во-первых, очень эффективным, мягким и безопасным, так как если миф невозможно на практике верифицировать, то на него не действуют стандартные способы противодействия влиянию технологий имиджбилдинга. Во-вторых, имидж, в процессе конструирования которого был задействован этот прием, преграждает формированию объективного восприятия носителя имиджа, что очень «на руку» имиджмейкерам и самому носителю, но не людям, чье сознание подвергается воздействию в целях искажения их рационального восприятия действительности и достижения симпатии для того, кто, вполне вероятно, ее вовсе не заслуживает.

Гадамер отмечает: «Именно в расколдовывании мира Макс Вебер усматривал закон развития истории, которая с необходимостью движется от мифа к логосу, к рациональной картине мира». Получается, если рассматривать имидж как миф (а эти два феномена, как мы уже выяснили, имеют точки соприкосновения), то из сказанного выше очевидное явствует, что нам просто необходимо развенчивать мифы-имиджи, в противном случае ни о каком разумном представлении о реальности и речи быть не может. Несмотря на то, что Гадамер выразил сомнение в указанной схеме и указал, что тенденция к рационализации – это всего лишь исторический факт, а не закономерность, мы не можем пренебрегать тем, что человечество всегда стремилось докопаться до истины и старалось преодолеть все, что преграждало познанию и пониманию. И вполне закономерным будет отметить, что имидж является преградой, маской, блестящей скорлупой «Фаберже», которая скрывает истинное обличье носителя имиджа [3].

**Выводы.** Процесс формирования имиджа – это сложное и многоаспектное явление. Одной из составляющих формирования успешного имиджа является комплексное использование различных технологий, приемов и даже уловок. С каждым годом эти механизмы и технологии увеличиваются в количестве, приобретают глобальные масштабы, а также становятся все более изощренными и искусными в своем исполнении.



Особого внимания заслуживают такие приемы, как языковое программирование и мифологизация, которые наглядно выставляют имиджмейкинг как процесс контаминирования общественного сознания ложью. Использование этих приемов в целях внедрения конкретного образа в массовое сознание и распространения этого образа с помощью взаимной контаминации участников социума является крайне эффективным инструментом конструирования политического имиджа. Их использование усиливает позиции политика или целого государства, так как перепрограммирует человеческое сознание (в случае с НЛП) и добавляет конкретные отсылки к известным мифам (в рамках мифологизации), которые уже коренятся в коллективном сознании, тем самым укрепляя воображаемую действительность своего имиджа.

Несмотря на видимую безопасность контаминации имиджами, мы наталкиваемся на обратные выводы по поводу сущности этого явления. Загрязнение разума скоплением обмана, разрушение старых схем восприятия образов, потерю объективности в выстраивании суждений вряд ли можно назвать проявлениями психологической безопасности процесса, всем известного как имиджмейкинг.

#### Список использованной литературы

1. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». Санкт-Петербург : Питер, 2003. 208 с.
2. Волкова В. В. Имиджелогия : учеб.-метод. пособие. Ставрополь : СевКавГТУ, 2005. 168 с.
3. Гадамер Г. Актуальность прекрасного. Москва : Искусство, 1991. С. 92–99.
4. Литвин А. Сутнісний підхід до розуміння поняття «імідж» з погляду політичного іміджмейкінгу. *Зв'язки з громадськістю та реклама: прикладні соціально-комунікаційні технології*. С. 29–32.
5. Мифологизация как технология имиджмейкинга. URL: <http://studopedia.org/8-75252.html> (дата звернення: 12.03.2018).
6. Новикова Е. Н. Технологии и механизмы формирования имиджа политического лидера. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. 2009. С. 19–25.
7. Политическая психология : словарь-справочник. Херсон : ОМУРЧ «Украина» ХФ. С. В. Голев, 2004. 164 с.
8. Понятие мифа и его основные характеристики. URL: [http://studbooks.net/505706/religiovedenie/ponyatie\\_mifa\\_osnovnyue\\_harakteristik](http://studbooks.net/505706/religiovedenie/ponyatie_mifa_osnovnyue_harakteristik) (дата звернення: 12.03.2018).
9. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. Санкт-Петербург : Алетей, 2001. 256 с.
10. Принципы, технологии, приемы и методы создания имиджа организации в отечественной литературе на рубеже XX–XXI веков. URL: <http://moyuniver.net/principy-technologiei-priemy-i-metody-sozdaniya-imidzha-organizacii-v-otechestvennoj-literature-na-rubezhe-xx-xxi-vekov/> (дата звернення: 12.03.2018).
11. Сазонец О. М. Информатизация світогосподарського розвитку. Київ : Центр навчальної літератури, 2008. 224 с.
12. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru> (дата звернення: 12.03.2018).
13. Теорія управління органами внутрішніх справ: підручник / за ред. канд. юрид. наук Ю. Ф. Кравченка. Київ : Нац. академія внутр. справ України, 1999. 702 с.
14. Черёмушников И. К., Петрова И. А., Чернышёва И. В. Имиджелогия : учеб. пособие. Волгоград : Изд-во ВолГМУ, 2013. 180 с.
15. Экман П. Психология лжи. Санкт-Петербург : Питер, 2014. 304 с.

**Канделіна К. М. Феномен контамінації в іміджмекінгу**

*Стаття присвячена розгляду феномену контамінації свідомості обманом, яким є іміджеформувальна інформація. Коротко викладено витоки формування іміджу, на основі яких вибудовується сучасне розуміння цього явища. Завдяки детальному дослідженню однієї з ключових особливостей інформації виявлено, що імідж є черговим інструментом маніпулювання та обману суспільства. Особливу увагу приділено аналізу таких прийомів конструювання політичного іміджу, як мовне програмування й міфологізація, на прикладі використання яких чітко видно феномен контамінації людської свідомості фіктивними образами.*

**Ключові слова:** імідж, контамінація, міф, міфологізація, інформація, мовне програмування.

**Kandelina K. The Phenomenon of Contamination in Image-Making**

*The author considers the phenomenon of the contamination of consciousness by lies, which are represented by image-forming information. The study briefly outlines the origins of the image formation, on the basis of which the formula of imagemaking has been found. This formula contains basic elements of any image and helps us to understand, how this phenomenon is built up. Thanks to the detailed study of one of the key features of the (image-forming) information (that is – the completeness of information), the author has discovered that the image represents another tool for manipulating and deceiving the society. Keeping in mind the utmost importance of using different tools of creating a political image and making the distribution of the image-forming information more effective and smooth, the author has paid particular attention to the analysis of such methods as language programming and mythologization, because examples of their use make the phenomenon of contaminating human consciousness with fictitious images become obvious. Within the use of language programming a person is considered as a computer, which may be manipulated with the help of correctly-chosen words (a code). Such intervention in people's mind may turn out to be quite harmful for many reasons. Also, the article states the main errors, which may occur while distributing the information concerning an image with the help of the stated above methods. Despite the existence of the huge quantity of synonyms for the word «contamination» and quite specific contexts of use, the author proves the relevance, correctness and necessity of using this word precisely. The article describes the method of mythologization in details and proves the effectiveness of its use. The author compares such phenomena as myth and image, despite the popular opinion that they are completely different. It has turned out that myths may be useful not only because they help to go around the process of filtering information, but also because they transform weak points of images into advantages. Having studied the work by Hans-Georg Gadamer, the author managed to found out that mythologization blocks the objective persuasion and it is, no doubts, an effective method of contaminating people's minds. The author emphasizes the necessity of rationalization of images, especially – political ones.*

**Key words:** image, contamination, myth, mythologization, information, language programming.

В. А. ПОЛТОРАК

## СОЦІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ РЕГУЛЮВАННЯ КРИЗОВИХ ПРОБЛЕМ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ СУСПІЛЬСТВА

*У статті проаналізовано важливу та актуальну в умовах сучасної України проблему регулювання й вирішення кризових проблем у медицині, освіті, пенсійному забезпеченні та низці інших соціальних галузей, напрямів розвитку суспільства. Зокрема, розглянуто такі різновиди криз у соціальній сфері, як: кризи ідей, цілей, діяльності, фінансові, кадрові та технологічні.*

*Основна увага приділена використанню при регулюванні та вирішенні складних соціальних криз технологій соціального маркетингу, маркетингових механізмів, завдячуючи використанню яких, зокрема: зіставленню потреб населення та напрямків їх можливого задоволення, вдається розробити та використати можливі у відповідних випадках стратегії та тактики реформування соціальної сфери суспільства.*

**Ключові слова:** соціальна сфера суспільства, соціальні кризи, соціальний маркетинг.

Однією з найважливіших проблем, що особливо актуальні сьогодні в українському суспільстві, яке, без перебільшення, практично все охоплено різноманітними кризами, на регулювання та подолання яких спрямовані численні реформи в країні, це вирішення завдань, пов'язаних із виявленням та вирішенням кризових проблем у соціальній сфері. Водночас зрозуміло, що успіхи, як і невдачі, подібних реформ багато в чому залежать від рівнів теоретичної та методичної розробки всього комплексу механізмів і технологій, пов'язаних із вирішенням подібних криз, розробки методів їх регулювання та подолання.

Треба зазначити, що проблематика криз, які відбуваються в суспільстві (таких, зокрема, як природні, антропогенні, економічні та деякі інші), у суспільних науках, зокрема соціології, політології, психології, хоча й не дуже глибоко, але все ж вивчають. Більше того, виник навіть цілий науково-практичний напрям, який дістав назву кризовий (інколи кажуть антикризовий) менеджмент. Але... Усі наявні напрацювання та методики їх застосування, зокрема у тих соціальних реформах, що проводять в Україні, як свідчить практика, що розроблені та використовуються в подібному кризовому менеджменті, практично «не підходять» для вирішення суто соціальних криз, які відбуваються в таких сферах суспільства, як освіта, охорона здоров'я, культура, пенсійне забезпечення тощо. Більше того, навіть якихось реальних та ефективних підходів до регулювання подібних соціальних криз практично не існує. Саме тому й виникла ідея використання в цьому плані соціального маркетингу як одного з підходів, що може допомогти вирішувати саме такі проблеми [4, с. 260–265].

**Мета статті** – аналіз сутності та основних різновидів криз у соціальній сфері суспільства й використання соціального маркетингу як технології їх регулювання та вирішення.

Зрозуміло, що, виходячи з поставленої мети, передусім треба розібратися з тим, які саме типи, різновиди криз мають місце в соціальній сфері суспільства. Це завдання не є дуже простим, оскільки праць соціологів, спрямованих на визначення цього, практично не існує. Тому ми, скориставшись типологією, яку запропонував А. С. Ольшевський [3, с. 188–198], та доповнивши її, визначимо та коротко охарактеризуємо такі різновиди соціальних криз:

Кризи ідеології. Зрозуміло, що найпростіший (та в основному правильний) шлях говорити про подібну кризу відомих соціально-політичних ідеологій – таких як комуністична чи націонал-соціалістична. До речі, деякі потуги з «витягнення» цих ідеологій з кризи інколи відбуваються, хоча й не дуже успішно. Але ми маємо на увазі дещо інше. А саме «ідеології», спрямовані на побудову організації ключових соціальних процесів, таких як освіта, пенсійне забезпечення чи охорона здоров'я. Саме відсутність подібних добре розроблених та соціально обґрунтованих ідеологій побудови сучасних соціальних процесів в Україні (а такі ідеології навряд чи можуть бути однаковими в будь-якій країні), на наш погляд, не дає змоги реально та ефективно реформувати відповідні соціальні сфери розвитку та функціонування суспільства.

Кризи цілей, які є, так би мовити, «продовженням» криз ідеологій. Реально держава, правляча політична партія, парламент чи коаліція, що здійснюють управлінську діяльність у тій чи іншій сфері функціонування суспільства, можуть мати (або розробити) певну ідеологію вирішення тих чи інших соціальних або політичних проблем, але висунуті ними для реалізації подібної ідеології цілі з різних обставин практично нівелюють можливість їх реалізації.

Найбільш вдалий приклад подібної ситуації, на нашу думку, являє собою боротьба з корупцією в Україні. Дійсно, проблема практично повальної корупції, зокрема політичної, у державі виявлена, боротьба з нею обґрунтована, створена певна ідеологія подібної боротьби. Але поставлені для реалізації цієї боротьби цілі з різних причин або взагалі недосяжні, або дуже важкі для реалізації. Зокрема, ані створення низки антикорупційних органів (це була одна з головних цілей для боротьби з корупцією в Україні), ані реформа прокуратури й судів, ані здійснена за певними українськими «правилами» люстрація держслужбовців, ані інші заходи не дали якихось вагомих результатів. Можна говорити, що цілі були правильні, але реалізовані погано. Візьмемо, наприклад, процес люстрації. В інших країнах вона дійсно привела до необхідних результатів. В Україні ж основною метою подібної люстрації було позбавлення від службовців, які працювали «при Януковичі». Тому з міліції були «вимиті» найбільш кваліфікаційні кадри, «провина» яких була тільки в тому, що вони робили свою справу, причому часто кваліфіковано, у той період. Тому цілі, які були висунуті в процесі проведення реформ в Україні відповідно до ідеологій цих реформ, треба особливо уважно переглянути для їх успішної реалізації.

Кризи діяльності пов'язані, насамперед, як зрозуміло, з використовуваними механізмами здійснення в суспільстві тих чи інших цілей, що

спрямовані на регулювання та вирішення соціальних криз. Прикладів подібних криз діяльності в українському сучасному суспільстві можна навести десятки. Так, боротьба з корупцією, незважаючи на те, що «заведені» сотні корупційних справ та навіть засуджені багато корупціонерів, мало-ефективна багато в чому тому, що корупціонери-високопосадовці практично не відчувають на собі дії, реальної дії антикорупційних законів. Або поставлена в ході медичної реформи мета закупівлі ліків за допомогою зарубіжних організацій (мета – благородна!) практично не дає результатів, і ліки, на які виділені та перераховані кошти, надходять до України із запізненням на рік та більше. Водночас є й позитивні приклади вирішення криз діяльності. Так, у процесі децентралізації місцевим органам влади реально перераховують значні фінансові кошти (інша справа, як їх використовують безпосередньо на місцях); пожвавилися процеси ремонту та будівництва нових українських доріг тощо.

Фінансові кризи теж мають, безумовно, місце й теж певним чином належать до криз соціальних. Чого варті, наприклад, валютні операції та закриття багатьох банків, що проведені в Україні останніми роками та призвели багато в чому до економічної кризи, зупинки багатьох промислових підприємств. Значний «соціальний ефект» мають і дії банківської системи щодо кредитування економіки, іпотечного кредитування населення й багато іншого. Але фінансові та економічні кризи належать як раз до тих, щодо яких у суспільстві відбуваються постійні дискусії, щодо яких полемізують десятки відомих та кваліфікованих експертів. Саме тому ми в статті їх детально розглядати не будемо.

Кадрові кризи в українському суспільстві в період його серйозного реформування не тільки мали місце, а й відігравали значну роль у пошуку та регулюванні значної кількості соціальних криз у всіх сферах суспільства загалом. Причому подібні кризи мали декілька суттєвих різновидів та, відповідно, наслідків. По-перше, як уже зазначали, у процесі проведеної люстрації була недостатньо вдало проведена кадрова політика щодо «старих кадрів», багато з яких залишилися на своїх посадах та не сприяли реалізації серйозних реформ. По-друге, залучення до проведення реформ в Україні закордонних фахівців (захід, що був достатньо ефективним у низці країн) з різних причин, зокрема політичних і навіть особистісних (не будемо наводити всім відомі приклади), виявилось таким, що не спрацювало. По-третє, недостатньо ефективною виявилася (сподіваємося, що поки що) практика залучення нових і молодих фахівців з використання конкурсів на посади в державних установах та органах місцевого самоврядування.

Технологічні кризи можна вважати «супутніми» до кризи цілей та діяльності. Саме такі кризи є, можна сказати, достатньо «виправданими» в суспільстві, яке переходить у новий стан, переживає серйозні реформи, як це відбувається із суспільством українським. Ідеться про те, що подібне суспільство постійно «стикається» з відсутністю надійних та апробованих методів і технологій вирішення різних проблем, подолання різних криз. Зрозуміло, що для цього можна використовувати наявний закордонний досвід. Але не завжди й не повсюдно.

Так, Україна в процесі ринкового та демократичного реформування суспільства зіткнулася з низкою проблем, вирішення яких раніше в країні було відсутнім, і, отже, методів подібного вирішення в наявності не було. Наприклад, україноцес необхідно було позбавитися від корупції при проведенні тендерів. Для цього була розроблена й використовується система «Прозоро». Або необхідно було провести процес «декомунізації», перейменувати сотні міст, населених пунктів. Виявилось, що справа ця дуже непроста, і були проведені значні методичні пошуки щодо того, яким чином це здійснювати з урахуванням різних історичних та інших обставин.

І подібних кризових соціальних проблем, що потребували вирішення, на сучасному етапі розвитку українського суспільства виявилось дуже багато (див. нижче). Водночас суспільство, зокрема такі науки, як соціологія, політологія, різноманітні експертні співавторства опинилися в ситуації, коли реальних методів і технологій їх раціонального, ефективного вирішення практично не було. Дійсно, за радянських часів і проблеми були іншими, і вирішували їх інакше. Щось міг дати зарубіжний досвід вирішення таких проблем, але й він не міг просто транслюватися на Україну, враховуючи специфіку українського суспільства, його соціальної сфери насамперед.

Тоді фахівців і вирішили звернутися (це робили й фахівці за кордоном) до того, щоб «запозичити» деякі методичні та технологічні підходи з економіки до вирішення проблем суто соціальних. Ідеться про проблеми маркетингу, який використовують при вирішенні кризових проблем в економічній сфері. Зокрема про так званий «маркетинг проблем», у процесі якого фірма здійснює зворотний зв'язок із покупцями для врахування та розв'язання проблем і кризових ситуацій, які виникають. Суть подібного підходу така: знайти можливі технології вирішення таких конфліктів, використовуючи ринкові економічні методи. При цьому як найважливіша технологія використовується для вирішення криз і конфліктів маркетинговий підхід, а сам процес регулювання подібних конфліктів дістав назву «маркетинг конфліктів».

Чи може бути застосований такий підхід до регулювання конфліктів і криз у соціальній сфері? Зрозуміло, що це можливо, оскільки сутність маркетингового підходу і є в тому, що в умовах конкурентного середовища треба просувати різноманітні товари та послуги в різних умовах обміну, зокрема під час виникнення кризових ситуацій.

Інколи маркетинг, на жаль, розуміють лише як суто економічне явище, економічну технологію. Насправді ж він виступає як глобальна загально-соціальна теорія регулювання процесів обміну. Зрозуміло, що в таких умовах значного розвитку набули різні, не лише економічні, теорії маркетингу. Серед них дуже важливе місце з метою регулювання різноманітних процесів у суспільстві «посів» соціальний маркетинг. Як слушно зауважує Д. І. Акімов, «по-перше, соціальний маркетинг виступає сьогодні як фундаментальна сучасна концепція управління соціальними процесами та змінами в умовах сучасного ринкового та демократичного суспільства. По-друге, соціальний маркетинг водночас виступає як соціально-

маркетингова, ефективна управлінська технологія, яка формулює основні принципи та підходи до побудови сучасного соціального управління на засадах теорії соціального некомерційного обміну послугами, ідеями, цінностями та ін. По-третє, соціальний маркетинг формулює цілі, технології, маркетингові механізми стосовно різних сфер суспільного життя (освіта, охорона здоров'я, культура, спорт, екологія, наука, мистецтво та ін.), формує конкретні та реальні механізми їх функціонування, регулювання, управління ними» [1, с. 6–7].

Якщо ж говорити про конкретне використання соціального маркетингу як маркетингу конфліктів, то його специфіка проста. Соціальний маркетинг формує цілі, технології, маркетингові механізми, які можуть бути застосовані щодо різних сфер суспільного життя (освіти, культури тощо). Відповідно, у випадку недостатньо ефективної роботи тих чи інших регуляторів або їх відсутності саме за допомогою маркетингових підходів (тобто зіставлення потреб населення й можливостей, напрямів їх можливого задоволення) визначають шляхи виходу з кризи. Наведемо декілька прикладів використання подібного підходу до вирішення кризових проблем у соціальній сфері в ході тих реформ, що здійснюються в Україні. Зрозуміло, що деякі підходи та аргументи автора можуть деким не бути сприйнятими, але це саме той випадок, коли в спорі народжується істина.

Візьмемо у першу чергу медичну реформу, яку почали здійснювати в Україні з початку 2018 р. та яка викликала неоднозначну реакцію не лише населення, а й більшості фахівців. Дійсно, який сенс вигадувати якісь специфічні підходи до вирішення сучасних проблем охорони здоров'я в Україні, коли в світі існують два основних підходи до їх вирішення. Перший, так би мовити, «соціалістичний» пропонував «безкоштовне» медичне обслуговування, його впродовж багатьох років використовували в Україні, на сучасному етапі він не підходить для використання в ринковому суспільстві. Тим більше, що його ефективність узагалі сумнівна.

Інший підхід – страхова медицина, що використовують у більшості сучасних демократичних країн, навіть у сусідній Росії. Саме про її застосування «в майбутньому» говорять в Україні урядовці. Але чому її не можна використати сьогодні, навіщо вигадувати якусь практично «невідому» у світі медичну систему? Відповідь дуже проста: немає грошей. Страхова медицина передбачає, що страхові внески за пенсіонерів (а їх в Україні дуже багато), інвалідів, інші бідні верстви населення повинна платити держава. А це практично два десятки мільйонів людей. Треба згадати, що навіть у такій багатій країні, як США, подібна медична реформа, що була здійснена Обамою, не була сприйнята всіма, а новий президент Трамп бажає дещо її «підправити».

У цій ситуації в Україні парламент, уряд, навіть Президент, вимушені були щось робити з медичних обслуговуванням населення, яке за роки незалежності й особливо в останні роки практично себе вичерпало. Тому й вирішено було застосувати маркетинг охорони здоров'я, точніше деякі його напрями, які б допомогли хоча б частково вирішити проблеми зі станом медицини в країні. Так, за відсутності можливості провести радикальну та

ефективну реформу медичної сфери були задіяні певні напрями задоволення найбільш важливих у цьому плані потреб населення, а саме: упровадження системи сімейних лікарів; безкоштовних ліків для лікування низки хвороб; телевізійної медицини тощо. Зрозуміло, що впровадження подібних маркетингових кроків, як сподівається керівництво країни, допоможе виходу цієї соціальної галузі з кризи або хоча б полегшить ситуацію.

Схожа ситуація склалася сьогодні в країні й з необхідністю активної реалізації маркетингу соціальних послуг. Ідеться, передусім, про кризу в пенсійній сфері та проведення пенсійної реформи. Ситуація, яка склалася, багато в чому така сама, як і в медицині. Дефіцит пенсійного фонду в країні величезний, і вже через декілька років ситуація може вийти з під контролю держави. Грошей на пенсії може взагалі не вистачити, якщо не проводити пенсійної реформи.

Подібну «пенсійну кризу» у світі вирішують такими шляхами. По-перше, пожвавленням економіки, виведенням її «із тіні» та покращенням таким чином фінансового стану пенсійного фонду: на жаль, з різних причин (у цій статті навряд чи є сенс їх обговорювати) в Україні зробити це не вдається. По-друге, підвищенням пенсійного віку громадян, що постійно роблять, зокрема, у європейських країнах; на жаль, тривалість життя громадян нашої країни така, що подібне підвищення також малоімовірно. По-третє, упровадженням другого та третього рівнів накопичувальної пенсійної системи: це в країні також «відтягується», враховуючи багато чинників. Наприклад, такий, що населення практично не може довіряти приватним пенсійним фондам, як і українським банкам (до речі, значна кількість фахівців вважають, що проблему можна вирішити, залучивши іноземні фонди, але хто ж у нас віддасть гроші комусь, та ще за кордон?).

Таким чином і склалася ситуація, у якій Кабінет Міністрів, Верховна Рада були вимушені піти на проведення пенсійної реформи, використовуючи маркетингові підходи. Так, пенсійний вік підвищено не буде, але треба йти працювати, щоб заробити необхідний страховий стаж. Для того, щоб пенсія була та значуща, потрібно працювати та сплачувати серйозні внески до пенсійного фонду. Недостатньо страхового стажу, його можна викупити. Не будете працювати, здобувати страховий стаж та виплачувати пенсійні внески до пенсійного фонду, то й пенсії не буде, можливо, за певних умов здобудете соціальне допомогу.

Можна розглядати й низку інших кризових проблем, що відбуваються в різних соціальних сферах функціонування українського суспільства та потребують найчастіше радикальних реформ. Причому подібні реформи держава поки вимушена буде проводити, використовуючи саме маркетингові підходи. Деякі з подібних реформ чи вже проводять, чи будуть проводити найближчими роками. Назвемо деякі з них:

– тарифна реформа вже активно проводиться в країні, причому різке підвищення цін на комунальні послуги компенсується призначенням (дуже специфічним та таким, що постійно корегується) субсидій для значної частини населення;



– релігійна реформа, метою якої є організація в Україні одної помісної автокефальної церкви; для цього потрібен дозвіл Константинополя та можливе певне об'єднання православних церков різних конфесій (не до кінця очевидно, як це буде проходити, але держава, що неприпустимо, вже втручається у відповідні процеси);

– культурна реформа, що передбачає не тільки підвищення частки кінофільмів, вистав та інше, що будуть іти українською мовою (зараз упроваджують квоти), але й вирішення складних проблем із можливістю гастрольної діяльності російських артистів в Україні та українських у Росії;

– освітня реформа, що вже розпочалася в Україні та в ході проведення якої вже із самого початку виникли серйозні проблеми з викладанням мовами національних меншин; взагалі ж у положеннях цієї реформи є ще досить багато проблем, які необхідно буде вирішувати;

– реформа, пов'язана з регулюванням міжнародної трудової міграції та шляхами компенсування дефіциту кадрів, який виникає в результаті масового від'їзду робітників для роботи за кордоном, та деякі інші.

У будь-яких випадках, як свідчить практика, регулювання значної кількості кризових проблем у українському суспільстві сьогодні та в недалекому майбутньому, цілком імовірно, будуть вирішувати з використанням механізму соціального маркетингу. Саме це висуває необхідність глибокої розробки теорії, методології та методів соціального маркетингу, яка поки в українській соціології проходить недостатньо активно й успішно.

**Висновки.** Проведений аналіз свідчить, що на сьогоднішньому етапі розвитку не лише економіки, а й усієї соціальної сфери в Україні практично в усіх її напрямках, галузях постійно виникають кризові проблеми, на вирішення яких і спрямовані численні реформи в країні. Це такі різновиди криз, як кризи ідей, цілей, діяльності, фінансові, кадрові та технологічні.

При цьому вирішення подібних криз є процесом дуже складним, а в деяких випадках потребує значного часу та використання різноманітних ресурсів, спеціальних методик і технологій. Однією з груп подібних технологій є технології соціального маркетингу, які в багатьох випадках (зокрема при проведенні медичної, пенсійної, освітньої та низки інших реформ) завдяки використанню маркетингових механізмів, пов'язаних із зіставленням потреб населення та напрямів їх можливого задоволення, дають змогу розробити та використати можливі у відповідних випадках стратегії й тактики реформування соціальної сфери суспільства.

#### **Список використаної літератури**

1. Акимов Д. И. Социальный маркетинг и социальная сфера общества : монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2010. 312 с.
2. Андреев С. Н., Мельниченко Л. Н. Основы некоммерческого маркетинга. Москва : Прогресс-Традиция, 2000. 256 с.
3. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 426 с.
4. Полторак В. А., Акімов Д. І. Соціальний маркетинг та регулювання соціальних проблем у кризовому суспільстві. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. Вип. 4. С. 260–265.

**Полторак В. А. Социальный маркетинг как технология регулирования кризисных проблем в социальной сфере общества**

*В статье проанализирована важная и актуальная в условиях современной Украины проблема регулирования и решения кризисных проблем в медицине, образовании, пенсионном обеспечении и ряде других социальных отраслей, направлений развития общества. В частности рассматриваются такие основные разновидности кризисов в социальной сфере, как: кризисы идей, целей, деятельности, финансовые, кадровые и технологические.*

*Основное внимание уделено использованию при регулировании и разрешении сложных социальных кризисов технологий социального маркетинга, маркетинговых механизмов, благодаря использованию которых, а именно сопоставлению потребностей населения и направлений их возможного удовлетворения, удастся разработать и использовать возможные в соответствующих случаях стратегии и тактики реформирования социальной сферы общества.*

**Ключевые слова:** социальная сфера общества, социальные кризисы, социальный маркетинг.

**Poltorak V. Social Marketing as a Technology for Regulating Crisis Problems in the Social Sphere of Society**

*The article analyzes the important and urgent problem of regulation and solution of crisis problems in medicine, education, pensions and a number of other social sectors, directions of development of the society. In particular, we consider such major types of crises in the social sphere as crises of ideas, goals, activities, financial, human and technological crises.*

*Since significant resources are needed to regulate and solve such social crises, the availability of methodology and methods for their solution, these processes, in particular in Ukraine at the present stage of development, are being implemented in the course of numerous reforms. In turn, for implementation of such reforms, due to a number of circumstances, including economic and financial, a ma-marketing approach and marketing technologies are used. The essence of this use of «marketing problems» is the following. Social marketing forms goals, technologies, marketing mechanisms that can be used to solve conflicts in various spheres of the social life of society. In the case of insufficiently possible functioning of the chosen regulators or their absence, a marketing approach is used. That is, the corresponding needs of the population and opportunities, the directions of their possible satisfaction, are compared, and thus the ways out of the crisis are determined.*

*This approach, for example, was used in the planning and implementation of medical reform in the country. Excluding, first of all, the possibility of further implementation of the system of free medicine and having determined that it is impossible to fully implement (for various reasons, including economic ones) the medicine of insurance, the management bodies adopted a marketing option for carrying out the reforms as a temporary compromise. In particular, having implemented certain measures to use the family doctors' institution, providing free medicines to the population for certain diseases, using telemedicine, etc.*

*The same approaches are being used in Ukraine today to implement and prepare for such implementation a number of other reforms, in particular pension reform, tariff reform, education reform, the forthcoming reform in the sphere of religion, implemented reforms in the sphere of culture and a number of others.*

**Key words:** social sphere of society, social crises, social marketing.

С. З. САЛЬНІКОВ

## ГРОМАДЯНСЬКА АКТИВНІСТЬ ЯК ФОРМА ВИРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СУБ'ЄКТНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: РЕЗУЛЬТАТИ КІЛЬКІСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

*У статті досліджено зв'язок між громадянською активністю та соціальною суб'єктністю індивіда – носія цієї активності в студентському середовищі. Розглянуто основні форми вираження громадянської активності, охарактеризовано студентство за 6 показниками залежно від власного ставлення до громадянської активності та ступеня залучення до такої активності. Запропоновано методологія розрахунку рівня соціальної суб'єктності індивіда на основі анкетного опитування полягає в перерформатуванні відповідей зі шкали Лайкерта в номінальну шкалу за допомогою функції z-перетворення в статистичному пакеті SPSS.*

**Ключові слова:** громадянська активність, соціальна суб'єктність, студентська молодь.

Громадянська активність протягом тривалого часу є рушієм суспільно-політичних трансформацій багатьох країн. Озираючись на досвід України за часів Незалежності, ми бачимо низку подій із залученням активних громадян, які призвели до змін правлячої еліти в країні. Одне з провідних місць у цих подіях належало молоді, зокрема студентській.

Виходячи із сучасного розуміння активності як «посиленої діяльності», а громадянська активність визначається нами як «посилена діяльність, пов'язана з реалізацією громадянських прав індивіда чи групи», можна припустити, що це явище може реалізовуватись носіями активності декларативно (симуляція) та через осмислену дію. Саме осмислена дія при реалізації громадянської активності може виступати показником соціальної суб'єктності, адже осмислена дія індивіда відбувається після тверезого оцінювання навколишньої дійсності, з урахуванням його (індивіда) власних переконань, цінностей тощо.

У вітчизняному науковому доробку недостатньою мірою диференціюються соціально значущі аспекти формування й реалізації громадянської активності саме на суб'єктному рівні, на рівні носія цієї активності. Громадянська активність пов'язана з інтересами та мотивацією людини вирішувати не лише власні, а й суспільні та політичні проблеми, прагненням брати відповідальність за життя у своєму будинку, місті, країні, що проектується на темпи й розвиток як громадянського суспільства, так і країни загалом [3]. Тому, на нашу думку, важливо розглянути можливості емпіричної соціології у вимірюванні соціальної суб'єктності індивіда як важливого чинника громадянської активності.

Громадянську активність у тій чи іншій площині розглядали вітчизняні дослідники, зокрема з політологічних, соціологічних, історичних та інших наук (С. Вохний, О. Лісовець, О. Лукасевич, М. Мородовець, М. Остапенко). Громадянська активність згадується в працях Д. Акімова, Т. Безверхої, М. Боришевського, М. Головатого, І. Жадан, А. Карася, Л. Корінної, О. Плиги, Т. Саврасова-В'юн, К. Чорної, Л. Шангіної.

Серед вітчизняних науковців соціальну суб'єктність аналізували О. Галян, О. Злобіна, І. Рябець, В. Татенко, Л. Сокурянська, Я. Фаріна. З-поміж зарубіжних варто виділити таких, як: М. Арчер, П. Бергер, Е. Гідденс, Т. Заславська, Е. Тоффлер, А. Турен, П. Штомпка, К. Ясперс, В. Ядов.

**Мета статті** – виявити залежність того, як відбувається громадянська активність у студентському середовищі, від наявної в індивіда соціальної суб'єктності, а також обґрунтувати подальше спрямування вивчення громадянської активності засобами соціології.

У межах нашого дослідження нами у вересні – жовтні 2017 р. проведено анкетне опитування студентської молоді. Анкета була розміщена на онлайн платформі google docs, посилання на анкету розповсюджувалось через соціальні мережі. Усього опитано 471 студента II–V (магістратура) курсів навчання з усієї країни.

Соціальна суб'єктність є фундаментальною основою громадянської діяльності молоді, що засвідчується проведенням нами опитуванням: визначальним фактором, здатним спонукати молодь до активної соціальної дії, є впевненість, що своїми діями вона може щось кардинально змінити. Разом з тим, очевидно, що сьогодні більше ніж половина населення – активні представники стійкої групи конформістів («спостерігачі») – пасивних людей, які приймають цілі, нав'язані суспільством, і засоби їх досягнення. З одного боку, цей пласт і є ті люди, чия позиція забезпечує суспільну стабільність, але з іншого – вони позбавляють його чітких перспектив, оскільки майже ніколи не будуть боротися за свої права [5].

Характерним для нашого дослідження загалом є розподіл відповідей респондентів (табл. 1) щодо того, наскільки вони погоджуються чи не погоджуються з тим чи іншим висловлюванням (шкала Лайкерта), яке характеризує їх з позиції впевненості, відповідальності, віри у власні сили, ініціативності та інших маркерів, що являють собою показники соціальної суб'єктності індивіда (за Л. Сокурянською [4]).

Таблиця 1

**Відповіді на запитання  
«Наскільки ти погоджуєшся з такими твердженнями?», %**

Варіанти відповіді	Повністю погоджуюсь	Деяко погоджуюсь	Важко відповісти	Мабуть не погоджуюсь	Повністю не погоджуюсь
Лише я відповідаю за те, як складається моє життя	66,7	30,8	1,3	1,3	0,0
Я можу брати відповідальність на себе за те, що роблю	84,5	14,2	0,0	0,6	0,6
Я здатен цілеспрямовано та оптимально використовувати власні ресурси, можливості, досвід	57,5	34,6	5,9	0,7	1,3
Я впевнений у своїх силах	46,8	40,3	11,7	0,0	1,3
В мене є власна чітка життєва стратегія	37,3	38,6	21,6	0,7	2,0
В мене є потреба до самореалізації	72,7	18,7	6,7	0,0	2,0
В мені переважає зважений оптимізм	37,3	41,2	14,4	5,2	2,0
Я здатен проявляти ініціативу	47,4	37,5	12,5	0,7	2,0

З наведеного переліку висловлювань опитані студенти найчастіше цілком ототожнюють свою позицію з потребою брати відповідальність на себе за те, що вони роблять (84,5% повністю погодились із цим твердженням). Але, на нашу думку, цей показник варто інтерпретувати радше як соціально бажаний, оскільки бути відповідальною людиною значить бути тим, хто здатний взяти будь-які зобов'язання та зробити все можливе, щоб вони були виконані [6]. У свою чергу, глибинні інтерв'ю з експертами – викладачами закладів вищої освіти (проведеного в рамках цього ж дослідження) дають підстави констатувати далеку від бажаної персональну відповідальність пересічного студента.

До очікуваного слід віднести результат опитування, де показник потреби до самореалізації притаманний 9 з 10 опитаним студентам (72,7% повністю погодились із цим твердженням, 18,7% – дещо погодились). Значимо важливість урахування й того чинника, що самореалізація може бути усвідомлена індивідом у різних формах – як прагнення підвищити знання, покращити умови життя людей, передати іншим знання та досвід, відкрити людям сенс тощо [1].

Безперечною є констатація респондентами такого показника сформованої громадянської свідомості та зрілості, як особиста відповідальність індивіда за те, як складається його життя. Серед опитаних студентів таких, які із цим повністю погоджуються, виявилось 66,7%, тих, хто дещо погоджується, – 30,8%.

Отримані відповіді на зазначені блоки питань для більш якісного вимірювання соціальної суб'єктності були переформатовані зі шкали Лайкерта в номінальну шкалу за допомогою z-перетворення [2, с. 43–45], що дало змогу виокремити три групи студентів за рівнем їх соціальної суб'єктності:

– студенти зі середнім рівнем суб'єктності (найбільш представлена група, чії показники суб'єктності, становлять певну «норму»,  $[M-\sigma; M+\sigma]$ . У масиві даних ця група представлена 72,8%<sup>1</sup> спостережень), що мовою статистики є *зоною середніх значень*;

– респонденти, чії результати менше ніж  $M-\sigma$ , знаходяться нижче «норми», становлять групу гіпосуб'єктних студентів;

– респонденти, чії результати більше ніж  $M+\sigma$ , знаходяться вище «норми», становлять групу гіперсуб'єктних студентів.

Останні дві групи перебувають поза нормою та представлені однаковою кількістю – по 13,6%\*).

Окремо виділимо кореляцію показника гіперсуб'єктності залежно від курсу навчання – найбільше гіперсуб'єктних студентів сконцентровано на III курсі (22,6%), далі цей показник зменшується, і вже на IV курсі становить 11,1%, а найменше – у магістратурі (4,5%) (табл. 2). На нашу думку, таке явище пояснюється більшою концентрацією четвертокурсників (як і магістрантів) на навчанні перед випуском.

<sup>1</sup> Розраховано автоматично SPSS.

Таблиця 2

**Двомірний розподіл відповідей на запитання  
«Ваш курс навчання» залежно від рівня соціальної суб'єктності, %**

Курс навчання	Z-значення (суб'єктність)		
	гіпосуб'єктні	середньосуб'єктні	гіперсуб'єктні
II	8,7	78,3	13,0
III	11,3	66,0	22,6
IV	18,5	70,4	11,1
магістратура	15,9	79,5	4,5
<i>Всього</i>	<i>13,6</i>	<i>72,8</i>	<i>13,6</i>

Тест Хі-квадрату Пірсона дав нам змогу визначити, що рівень соціальної суб'єктності не залежить від статі респондента (значення 2,681; асимптотична значущість 0,262), а позиціонування студента до громадянської активності з урахуванням ступеня залучення до такої активності на пряму залежить від рівня соціальної суб'єктності (значення 52,038; асимптотична значущість 0,000).

Двомірний розподіл, представлений у табл. 3, дає нам підстави стверджувати, що участь студентської молоді в громадському житті безпосередньо залежить від показника соціальної суб'єктності таким чином: серед студентів, які постійно залучені до громадської діяльності, частка осіб із гіперсуб'єктністю є найбільшою (21,6%), і далі цей показник зменшується залежно від частоти залучення до громадської діяльності.

Таблиця 3

**Двомірний розподіл відповідей на запитання  
«Чи берете Ви участь у громадському житті? (будь-яка діяльність  
у ежах навчального закладу, або у вашому місті, тощо)»  
залежно від рівня соціальної суб'єктності, %**

Варіант відповіді	Z-значення (суб'єктність)		
	гіпосуб'єктні	середньосуб'єктні	гіперсуб'єктні
Так, доволі часто	8,1	70,3	21,6
Так, час від часу	7,1	76,2	16,7
Так, брав участь 1–2 рази	13,9	77,8	8,3
Ні, не брав участі в подібній діяльності	28,1	65,6	6,3
<i>Всього</i>	<i>13,6</i>	<i>72,8</i>	<i>13,6</i>

Розглядаючи форми прояву громадянської активності, ми запитали в студентів, як саме вони беруть участь у громадському житті. Найбільший відсоток опитаних (35,9%) зазначили, що беруть участь в органах студентського самоврядування (до таких можна віднести культурно-дозвіллеві заходи, флешмоби, соціальні акції); 28,1% опитаних займаються волонтерською діяльністю (за останні три роки волонтерство набуло поширення серед громадян України та студентства зокрема; кожен четвертий з опитаних (25,5%) зазначив, що бере участь у громадських акціях, ініційо-

ваних адміністрацією навчального закладу, але тільки 17,6% опитаних беруть участь у громадських акціях, ініційованих міською владою; 16,3% визнали, що співпрацюють зі студентською громадською організацією, а активістом своєї академічної групи себе визнав кожен десятий (10,5% опитаних); тільки 2,6% опитаних зазначили, що проявляють активність у політичному житті країни (здебільшого працюють на виборах у дільничних комісіях або можуть входити до молодіжного осередку певної політичної сили). На досвід неконвенційних акцій вказали всього 1,3% опитаних, які брали участь у акціях непокори.

Окремо зауважимо, що 13,7% опитаних визнали, що беруть участь у заходах, тому що їх «змушують» викладачі або адміністрація навчального закладу. Така ситуація успадкована від радянського минулого, коли студентів збирали для масової присутності, і це не має нічого спільного із сучасними демократичними нормами організації студентської спільноти.

Для виконання завдання дослідження вважаємо важливим дати змогу респондентам визначитись із власною позицією щодо громадянської активності залежно від ступеня залучення до такої активності. У нашому дослідженні ми заздалегідь заклали запитання, відповіді на які передбачають вибір із шести чітко пояснених альтернатив (табл. 4).

Таблиця 4

**Відповіді на запитання «Оберіть варіант, який найбільше відповідає Вашій позиції щодо участі у громадянських заходах»**

Варіант відповіді	%
Активіст-ініціатор. Організую різноманітні заходи, залучаю людей	9,7
Активний учасник. Беру участь у різних ініціативах	27,3
Спостерігач. Цікавлюсь громадянським життям, інколи можу залучитись до громадянської діяльності	33,1
Інколи беру участь у громадських заходах, коли «попросять» у навчальному закладі	13,6
Не беру участі в жодних ініціативах, не цікавлюсь нічим подібним	7,8
Не беру участі в жодних ініціативах, оскільки вважаю подібну діяльність марною тратою часу	8,4

Пропонований опитуваним рольовий розподіл дав змогу констатувати таке:

1. Майже кожний десятий з опитаних (9,7%) на пропозицію обрати варіант, який найбільше відповідає їх позиції щодо участі у громадських заходах, зазначив, що організовує різноманітні заходи та залучає до цього інших. Цю категорію опитаних можна назвати діючі «активісти-організатори». Ще 27,3% опитаних вказали, що беруть активну участь в організованих іншими суб'єктами громадських ініціативах. Отже, дві вищенаведені категорії опитаних, які загалом становлять 37% респондентів, позиціонують себе активною частиною суспільства й у різних варіантах практично постійно виконують якусь громадську роботу.

2. Найбільш численна категорія опитаних, які цікавляться громадським життям та інколи залучаються до громадської роботи, становить третину (33,1%) опитаних респондентів, ми називаємо їх «спостерігачі».

3. Наступна категорія студентів, що з різних причин майже нічого спільного з громадянською активністю не мають, поділяється нами на тих, хто: інколи бере участь у громадських заходах (коли попросять) – 13,6% опитаних; не бере участі й не цікавиться громадською роботою – 7,8% опитаних; узагалі вважає громадську роботу марною тратою часу – 8,4% опитаних.

Аналіз показників (табл. 5) дає підстави констатувати, що:

– найбільша кількість гіперсуб'єктних студентів цілком очікувано представлена групою активістів-ініціаторів (26,7%) та групою активних учасників (20%);

– цілком закономірно, що найбільше гіпосуб'єктні студенти представлені в групах, які не беруть участі в жодних ініціативах, бо не цікавляться нічим подібним (25%), та у групі, які залучаються до громадських заходах, коли їх про це попросять (35%);

– показник 16,7% гіперсуб'єктних студентів, які не беруть участі в жодних ініціативах, бо вважають подібну діяльність марною тратою часу, дає змогу висловити припущення, що не виявлена за пропонованими нами показниками соціальна суб'єктність цієї групи студентів знаходить своє вираження, однак не в громадянській діяльності, а в чомусь іншому (у чому саме – це предмет подальших досліджень).

Таблиця 5

**Двовірний розподіл відповідей на запитання «Оберіть варіант, який найбільше відповідає Вашій позиції щодо участі у громадянських заходах» залежно від рівня соціальної суб'єктності, %**

Варіант відповіді	Z-значення (суб'єктність)		
	гіпосуб'єктні	середньосуб'єктні	гіперсуб'єктні
Активіст-ініціатор. Організую різноманітні заходи, залучаю людей	6,7	66,7	26,7
Активний учасник. Беру участь в різних ініціативах	5,0	75,0	20,0
Спостерігач. Цікавлось громадянським життям, інколи можу залучитись до громадянської діяльності	13,3	77,8	8,9
Інколи беру участь у громадських заходах, коли «попросять» у навчальному закладі	35,0	55,0	10,0
Не беру участі в жодних ініціативах, не цікавлось нічим подібним	25,0	75,0	
Не беру участі в жодних ініціативах, оскільки вважаю подібну діяльність марною тратою часу	8,3	75,0	16,7

Обраний нами підхід також дав змогу значною мірою диференціювати досліджені групи за показниками власних перспектив у громадському



житті й визначити певні соціологічні підстави щодо перспективних спрямувань подальшого дослідження. Чітким маркером практичної відсутності соціальної суб'єктності в індивіда, як рудиментарних проявів свідомості, поширеної в патерналістичних суспільствах та успадкованої з радянських часів, слід вважати показник 12% опитаних студентів (табл. 6), що засвідчує перекладання власної відповідальності на когось іншого, як, наприклад, на державу.

Зауважимо, що відповіді респондентів на запитання про те, що особисто їм заважає брати участь у громадянській діяльності, дозволяють виокремити дві основні причини: зневіра, що участь може щось змінити, та відсутність часу. Ці варіанти обрали кожен четвертий опитаний (25% та 24% відповідно) (табл. 6).

Таблиця 6

**Розподіл відповідей на запитання «Чому ви не берете участь у громадянській діяльності?»**

Варіант відповіді	%
Я не вірю, що моя участь може щось змінити	25,2
Я дуже багато працюю, я не маю часу	24,5
Відсутність видимих результатів	15,2
Не знаю про доступні можливості	14,6
Вважаю, що держава повинна подбати про вирішення цієї проблеми	12,6
Важко відповісти	12,6
Мене не цікавлять подібні акції	12,6
Ніхто мене не запросив/не запропонував	9,3
Відсутність підтримки від оточення	8,6
Там, де я живу, немає організацій яким я довіряю/немає акцій, які я підтримаю	6,6
Відсутність підтримки від викладачів	4,0

Дещо менші, однак значущі показники має такий чинник послаблення громадянської ініціативності студентства, як результативність соціальних акцій саме у стінах навчального закладу (відсутність видимих результатів є завадою для 15% опитаних, відсутність інформації щодо можливостей – у 14,6% (табл. 6). З іншого боку, за даними двомірного розподілу, найбільша кількість респондентів, що вказує на цю причину, належать до групи «спостерігачів» – 43%. Тому, на нашу думку, такий стан речей можна пояснити й тим, що «видимість» результатів громадянської діяльності є доступною більшою мірою безпосередньо активним її учасникам. Разом з тим, якщо відсутність вільного часу можна пояснити великим навчальним навантаженням, роботою після чи замість навчання або просто недосконалим тайм-менеджментом, то зневіра індивіда в тому, що його участь може щось змінити, говорить про недостатньо сформовану або взагалі відсутню соціальну суб'єктність.

**Висновки.** Найбільш поширеною формою прояву громадянської активності в студентів є участь в органах студентського самоврядування, оскільки залучитись до подібної діяльності може практично будь-який студент, і для багатьох ця участь стає першим досвідом громадянської

практики. Наступною за рейтингом є волонтерська діяльність – більше ніж кожен четвертий опитаний повідомив, що залучався до такої діяльності. Популярність цієї практики серед студентів можна пояснити загальним вибухом волонтерського руху в країні протягом останніх років. Не останнє місце посідають громадські заходи, які організують навчальні заклади, – на досвід участі в подібних ініціативах вказали чверть опитаних.

Незважаючи на те, що вивченню громадянської активності як суспільному явищу присвячено цілий ряд праць, вважаємо за необхідне проводити подальші дослідження, адже прояви цього явища мають динамічний характер, оскільки залежать від цілої низки обставин.

Запропонований у статті метод вимірювання соціальної суб'єктності за допомогою засобів статистичного пакета SPSS дає змогу більш якісно аналізувати соціальну суб'єктність як властивість індивіда. У свою чергу, ми можемо спостерігати, як наявність соціальної суб'єктності в індивіда впливає на його громадянську активність та інші форми реалізації громадянської поведінки. Проте, дослідження зафіксувало, що серед студентів, які мають високий показник соціальної суб'єктності (гіперсуб'єктні), є певна когорта, яка не бере участі в громадянській діяльності, вважаючи її марнуванням часу. Таким чином, очевидно, що розробка зазначених напрямів потребує подальшої предметної деталізації громадянської активності як предмета соціологічних досліджень.

Перспективи подальших наукових пошуків спрямовані на детальне дослідження механізмів активізації студентства з урахуванням особистісних характеристик (внутрішні фактори) і причин, які спонукають або заважають проявам громадянської активності (зовнішні фактори).

#### Список використаної літератури

1. Максименко С. Д., Соловієнко В. О. Загальна психологія : навч. посібник. Київ : МАУП, 2000. 256 с.
2. Митина О. Разработка и адаптация психологических опросников. Москва : Смысл, 2011. 240 с.
3. Сальников С. З. Деякі аспекти громадянської активності студентської молоді у сучасних реаліях. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2015. № 9. С. 261–269.
4. Сокурская Л. Г. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода : монография. Харьков : Харьков. нац. ун-т имени В. Н. Каразина, 2006. 576 с.
5. Черновол Д. Гражданская активность – путь к хорошей жизни? *Психомедиа*. 2012. URL: <http://psychomedia.org/articles/750> (дата обращения: 14.03.2018).
6. Як стати відповідальним? *Yakszrobiti*. URL: <http://yakszrobiti.xyz/rizni-temi/psihologija/7424-jak-stati-vidpovidalnim.html> (дата обращения: 14.03.2018).

Стаття надійшла до редакції 10.05.2018.

---

#### **Сальников С. З. Гражданская активность как форма выражения социальной субъектности студенческой молодежи: результаты количественного исследования**

*В статье исследована связь между гражданской активностью и социальной субъектностью индивида – носителя этой активности в студенческой среде. Рассмотрены основные формы выражения гражданской активности, охарактеризовано студенчество по 6 показателям в зависимости от собственного отношения к гражданской активности и степени привлечения к такой активности. Предложена методология расчета уровня социальной субъектности индивида на основе анкетного*

*опроса состоит в преформатировании ответов из шкалы Лайкерта в номинальную шкалу с помощью функции z-преобразования в статистическом пакете SPSS.*

**Ключевые слова:** *гражданская активность, социальная субъектность, студенческая молодежь.*

### **Salnikov S. Civic Activity as a Form of Expression of Social Subjectivity of Student Youth: the Results of Quantitative Research**

*The article deals with the connection between civic activity and the social subject of the individual – the carrier of this activity, in the student environment. Civic activity for a long time remains the engine of socio-political transformations of many countries. Looking at the experience of Ukraine during the Independence, we saw a series of events involving active citizens that led to changes in the ruling elite in the country. One of the leading places in these events belonged to young people, in particular the student.*

*The main forms of expression of civic activity are considered, the characteristics of the students are presented for 6 indicators, depending on their own attitude to civic activity and the degree of engagement with such activity.*

*The proposed methodology for calculating the individual's social subjectivity on the basis of a questionnaire is to reformat responses from the Lykert scale on the nominal scale, using the z-transform function in the SPSS statistical package.*

*Social Subjectivity is the fundamental basis of youth civic activity, as evidenced by the survey conducted by us: the determining factor that can motivate young people to engage in active social action is the certainty that they can radically change things with their actions. At the same time, it is obvious that today more than half of the population is active representatives of a stable group of conformists («observers») – passive people who accept the goals imposed by society and the means of their achievement. On the one hand, this stratum is those people whose position provides social stability, but on the other – they deprive him of clear prospects, since they will almost never fight for their rights.*

*The largest number of hypersubject students is quite expected to be represented by a group of activists initiators (26.7%) and a group of active participants (20%).*

*It is natural that most gipsubject students are represented in groups that are not involved in any initiatives because they are not interested in anything similar (25%), and in a group involved in community events when asked about it (35%).*

*An indicator in 16.7% of hypersubject students who do not participate in any initiatives, since they consider such activity a waste of time, it is possible to express the assumption that the social subjectivity of this group of students is not expressed by the indicators proposed by us, but not in civil activity, but in something else.*

**Key words:** *civic activity, social subjectivity, student youth.*

Л. Г. СКОКОВА

## СОЦІОЛОГІЧНІ ВИМІРЮВАННЯ КУЛЬТУРНОЇ ПАРТИЦИПАЦІЇ В МІЖНАРОДНИХ ПРОЕКТАХ

У статті розглянуто основні напрями організаційних і методологічних зусиль із формування баз культурної статистики на міжнародному рівні. Показано зрушення, які відбулися в сучасних компаративних дослідженнях культурних практик порівняно із періодом 1960–1980-х рр. Активізація зусиль агентів міжнародного рівня: ЮНЕСКО, Ради Європи, Євросоюзу – приводить до систематизації показників участі в культурі з метою їх стандартизації, гармонізації, створення баз даних. Використання стандартизованих методик вимірювання культурної партиципації дає змогу будувати узагальнювальні індекси, оцінювати культурні політики країн, впливати на подальші стратегії розвитку.

**Ключові слова:** участь у культурі, дефініції культурної партиципації, порівняльна культурна статистика, індикатори культури, вимірювання участі в культурі.

Важливість досліджень культурних процесів, ролі культури (цінностей, смислів, ідентичностей, практик) у розвитку сучасних суспільств стають незаперечним фактом. Останніми десятиліттями у світовій соціології відбувається зрушення в можливостях збирання та аналізу даних стосовно поля культури – перехід від обмеженості таких дослідницьких практик національним рівнем до становлення нового напрямку статистичних і соціологічних досліджень – *порівняльної культурної статистики*. Ідеться про наміри й реальні кроки зі створення національних і транснаціональних баз даних, зіставлення відповідних даних із наявних міжнародних проектів, розробки методологічних напрацювань для стандартизації та гармонізації даних, започаткування спеціальних міжнародних проектів, метою яких є збирання культурної статистики.

У розвитку методології збирання й крос-культурного аналізу даних щодо практик виробництва, поширення, зберігання, сприйняття, споживання культурних благ і продуктів значну роль відіграють зусилля наднаціональних організацій, зокрема статистичних. На міжнародному рівні діє *Інститут статистики ЮНЕСКО* (Монреаль), де концентруються, крім іншого, статистичні дані про сферу культури в різних країнах світу. На рівні ЄС діє статистичне бюро *Євростат* у Люксембурзі, де зроблено важливі кроки з вироблення методології вимірювання культурних процесів і практик. Діють й інші агенти: культурні обсерваторії, міжнародні мережі експертних центрів, спеціальні асоціації тощо.

Наукова проблема стосується розриву між нагальними потребами сучасних суспільств в обґрунтованому аналізі динамічних культурних процесів, зокрема їх крос-культурному вимірі, і необхідністю застосування відповідних цій меті соціологічних, статистичних інструментів. Дослідницька проблема цієї статті полягає в тому, що методологічні й емпіричні напрацювання у сфері порівняльної культурної статистики є важливими з погляду розвитку та стандартизації вітчизняної бази відповідних соціоло-

гічних даних, але не є достатньо відомими й осмисленими в українській соціології.

**Метою статті** є виявлення основних напрямів методологічних розробок у сфері порівняльної статистики культурних практик, головно культурної партиципації.

Ця стаття продовжує аналіз останніх тенденцій у вимірювальних підходах досліджень культурних практик у сучасній соціології культури, розпочатий нами раніше [8; 9]. Спрямованість уваги на ці проблеми можна знайти в публікаціях М. Шустера, К. Нуере та ін. [16; 17]. Основними даними для аналізу слугують матеріали документів, рапортів, звітів, розроблених у межах досліджень (або на прохання) інституцій ЮНЕСКО, Ради Європи, ЄС, присвячених аналізу ролі культури в сучасних суспільствах, розвитку порівняльної статистики культурних практик.

### **Дослідження участі в культурі на національному рівні**

Свій відлік дослідження участі в культурі ведуть від 1960-х рр., коли у світовій соціології та статистиці поширюються дослідження бюджетів часу, репрезентативні опитування населення. Так, у 1965–1966 рр. *паралельно* було проведено обстеження бюджетів часу в низці країн: Бельгії, Болгарії, США, Франції, Угорщині, Польщі, ФРГ, Чехословаччині, СРСР, СРФЮ. *Участь у культурі* – це відомий у радянській соціології тих часів термін, який вжито, наприклад, у праці Л. Гордона і Е. Клопова «Людина після роботи» [1], написаній на матеріалах щоденникових обстежень працівників підприємств Дніпропетровська, Одеси, Запоріжжя, Костроми. Серед побутових витрат часу вирізняли такі, як: хатня праця; заняття з дітьми; позасімейне спілкування; *участь у культурі*; спорт, фізкультура, відпочинок за містом; громадська діяльність; бездіяльнісний відпочинок. *Участь у культурі* передбачала: а) *індивідуально-домашнє споживання культури* (читання газет; читання книг і журналів; телеперегляд); б) *публічні видовища* (кіно, театр тощо); в) *аматорські заняття та непрофесійну творчість*; г) *освіту й самоосвіту*. Інший термін, який широко вживали в наукових працях тих часів, – культурна діяльність. У вузькому (операціональному) розумінні її визначали як діяльність людини з приводу виробництва, поширення, збереження, споживання цінностей духовної культури [4]. Серед видів культурної діяльності населення в опитуваннях застосовували різні альтернативи: читання книг і журналів, телеперегляд, відвідування кінотеатру, аматорські заняття, заняття технічною/художньою творчістю.

У 1960–1980-х рр. в Україні, як і в інших республіках, регіонах СРСР проходили емпіричні дослідження культурної діяльності населення, але вони не виходили на рівень репрезентативних обстежень дорослого населення в цілому зі спеціальною метою вивчення участі в культурі. Значущим для розвитку соціології вільного часу є дослідження 1963–1966 рр. під керівництвом Б. Грушина – анкетне опитування 2730 городян на основі стратифікованої вибірки, що репрезентувала доросле міське населення СРСР [2]. В основному превалювали обстеження окремих груп (наприклад, робітників заводів, селян певних регіонів, молоді) або аудиторій мистецтва, ЗМІ, читацьких запитів у бібліотеках, дозвіллевих практик тих чи ін-

ших категорій, активності учасників клубної самодіяльності тощо. Дослідження участі в культурі часто ставали елементом вивчення способу життя, трудових цінностей, бюджетів вільного часу [6; 10].

Від започаткування Інститутом соціології НАН України в 1992–1994 рр. щорічного моніторингу «Українське суспільство» (керівники В. Ворона, Є. Головаха, Н. Паніна) як бази даних для фундаментальних досліджень соціокультурних змін українського соціуму проводиться відстеження структури й динаміки культурно-дозвіллевих практик населення. Разом із додатковими питаннями, які розробляють у відділі соціології культури і масової комунікації Інституту (керівники планових тем А. Ручка, Н. Костенко) накопичено солідний корпус даних щодо участі населення України в культурі [5; 11].

У деяких західних країнах уже з 1970-х рр. започатковані регулярні репрезентативні обстеження, присвячені саме участі в культурі, залученню до мистецтва, проведенню дозвілля. Нерідко їх стимулюють потреби державних органів управління культурою. У Франції 1973 р. відбулося опитування «Культурні практики французів» під егідою Міністерства культури і комунікацій як наукове підґрунтя для розробки культурної політики держави (наступні хвилі – у 1981, 1997, 2009 рр.). Національний фонд мистецтв США став проводити регулярні обстеження участі публік мистецтва (Surveys of Public Participation in the Arts) з 1982 р. (далі – 1985, 1992, 1997, 2002, 2008, 2012 рр.). Опитування 2008 р. мало декілька модулів: відвідування мистецьких подій; перегляд записів чи трансляцій; сприйняття мистецтва в Інтернеті; особисті заняття мистецтвом, мистецька творчість; навчання, пов'язане з мистецтвом. З 1993 р. Італія почала проводити щоп'ять років культурний моніторинг, з 1992 р. – Канада (2005, 2007). З 2000-х рр. такі спеціалізовані регулярні дослідження проводять усе більше країн: Великобританія, Уругвай, Японія тощо. Детальний огляд близько тридцяти періодичних репрезентативних обстежень культурних практик дорослого населення країн світу представлено в Довіднику ЮНЕСКО [12]. Там же детально розглянуто варіанти запитань щодо культурної партиципації, які використовували дослідники різних країн на основі свого розуміння змісту й обсягу цього поняття. Загалом замовлення й проведення таких досліджень сприяють усвідомленню представниками уряду, що державна культурна політика має бути поінформованою, базуватися на результатах вимірювань культурної активності громадян. Таким чином, бачимо, що накопичено значний досвід вивчення активності в полі культури на національному рівні дослідниками різних країн.

### **Основні промотори порівняльних досліджень культурної партиципації**

Необхідність розробки обґрунтованої культурної політики на основі надійних статистичних і соціологічних даних почали усвідомлювати на рівні міжнародних інституцій (ООН, ЮНЕСКО, Рада Європи) ще з 1970-х рр. Час від часу на міжнародних конгресах, конференціях порушували питання ролі культури в економічному, політичному, соціальному розвитку країн. Ми зупинимось саме на конкретних кроках, які почали здійснювати

з 1990-х рр., спрямованих на промоцію збирання порівняльної культурної статистики, вироблення індикаторів для оцінювання становища у сфері культури й участі населення в культурі.

**ЮНЕСКО** є активним агентом просування ідеї важливості культури для розвитку країн, громад, індивідів. Посилаючись на необхідність дотримання культурних прав громадян, відстоювання рівності доступу до культурного надбання, підтримки культурної ідентичності, ведуть постійні розробки способів вимірювання участі в культурі. У звіті «*Керівні принципи для вимірювання культурної участі*» (2006), підготовленому А. Мороне для ІС ЮНЕСКО, запропоновано такий поділ культурних активностей: а) *вдома*: кількість годин телеперегляду, прослуховування радіо, музичних записів, перегляду відео, читання, користування комп'ютером та Інтернетом; б) *поза домом*: відвідування кіно, театрів, концертів, музеїв, пам'ятних місць; в) *культурна ідентичність*: художня самодіяльність, участь у культурних асоціаціях, у культурі спільноти, у масовій, етничній, молодіжній культурі [12]. «*Рамки культурної статистики ЮНЕСКО*» (2009) – цей документ обґрунтовує необхідність точних порівнювальних даних, щоб краще оцінити вплив та релевантність культурної політики. У ньому так визначено участь у культурі: «культурні практики, які можуть бути пов'язані зі споживанням, а також активностями, які здійснюються в рамках спільноти, відображаючи якість життя, традиції і вірування. Включає в себе відвідування формальних (за плату) подій, таких як походи в кіно чи на концерт, а також неофіційні культурні дії, такі як залучення до культурної активності у спільнотах, аматорські художні твори або повсякденні дії, як читання книги» [7]. Довідник 2012 р. позиціонується як ресурс для організацій, зацікавлених у вимірюванні культурної участі, а також як інструмент для підвищення обізнаності політиків, поєднуючи теоретичні та практичні аспекти методології [12]. Методика ЮНЕСКО індикаторів культури та розвитку фокусується на соціальних вимірах внеску культури в розвиток суспільства [19]. Вирізняють сім основних вимірів культури, які включають 22 індикатори культурного розвитку: економіка (3), освіта (4), управління (4), рівень соціальної участі (5), гендерна рівність (2), комунікація (3), культурна спадщина (1). Культуру розглядають не лише як галузь економіки, а й з перспективи цінностей і норм, які орієнтують дії людей, підтримують соціальну згуртованість, толерантність, інтеграцію. Культурна партиципація включена до блоку соціальної участі цієї методики й вимірюється двома індикаторами: *участь у культурних заходах поза домівкою*; *участь у заходах, які сприяють підтримці культурної ідентичності*. Як джерела цих даних рекомендовано використовувати результати національних опитувань з культурної партиципації, щоденникові дослідження. Методика ІВКР була апробована в Україні протягом 2016–2017 рр. і за результатами складено звіт на основі даних державної статистики й соціологічних обстежень [3].

У межах **Європейського Союзу, особливо Ради Європи ЄС, Євростату**, активно просувається робота у сфері компаративної культурної статистики. Проект «**Компендіум**» – організація для збору даних із різних євро-

пейських країн (звіти про культурну політику), інших джерел порівняльної культурної статистики, зміст якої розміщено на веб-платформі, – заснований у 1998 р. за підтримки Ради Європи. Функціонує в режимі постійно оновлюваної інформації й моніторингу національних культурних політик. З ініціативи Європейської комісії, Євростату у 1997 р. сформовано робочу групу *Leadership Group Culture* (LEG-Culture) для проведення пілотного проекту «Гармонізація статистики культури в ЄС». Доповідь робочої групи було опубліковано 2002 р., потім стали друкуватися покетбуки Євростату «Cultural statistics in Europe» [13; 14]. Культурну партиципацію в цих документах визначено як участь у культурних активностях у будь-якому контексті й через будь-який канал, коли в наявності зрозумілий код комунікації, відправники та отримувачі, котрі приділяють значну увагу формам і змісту повідомлень з метою збільшення/підвищення свого інформаційного й культурного багажу. Утворення робочої групи *European Statistical System Network on Culture* (ESSnet-Culture) було наступним кроком у кооперації європейських країн у сфері культурної статистики. Були засновані чотири цільові підгрупи (Task Force): (TF1) – оновлення Рамки культури й основні дефініції; (TF2) – фінанси та витрати в галузі культури; (TF3) – культурні індустрії; (TF4) – культурні практики й соціальні аспекти культури. Фінальний звіт узагальнив великий обсяг даних, представив методологічні напрацювання й рекомендації щодо особливостей збирання культурної статистики, використання індикаторів, досягнення гармонізації даних [15].

Парламентська асамблея Ради Європи (ПАРЄ) у січні 2012 р. запропонувала розробку індикаторів, спрямованих на забезпечення кращого моніторингу ролі культурної участі в процесі демократичного врядування, ці самі питання обговорювали у квітні 2013 р. на Міністерській конференції Ради Європи. «Культурний доступ та партиципація – від індикаторів до політик демократії» – захід під такою назвою, організований у межах ініціативи *CultureWatchEurope* у червні 2012 р., оформився як аналітичний центр з питань взаємодії політики та досліджень участі в культурі через розробку відповідних індикаторів. На сьогодні створено документацію й веб-платформу проекту «The Indicator Framework on Culture and Democracy – IFCD» [18] для узагальненого використання індикаторів, що показують візаємопов'язаність культурної партиципації й демократії в 38 європейських країнах, включаючи постсоціалістичні (Україна, Естонія, Словаччина, Словенія тощо).

### **Проблема ступеня ангажування в культурну активність**

Як показують наведені вище в спеціалізованих документах визначення *участі в культурі*, вони коливаються від узагальнених до тих, що наводять конкретні переліки секторів культури, в яких відбувається виробництво й надання продуктів чи послуг та їх сприйняття, споживання. Визначення кордонів поля мистецтва, культури є важливою проблемою, яку на практиці, під час проведення конкретних обстежень партиципації, вирішують по-різному. Вирізнення доменів, тобто змістовних розрізень у культурному просторі й форм залучення до них (через оплату можливості залучитися до події, самостійний пошук інформації, спілкування, обговорення подій, продуктів культури тощо) ставить питання ступеня ангажова-



ності людей, поперхової, випадкової участі в культурі або ж регулярного, глибшого занурення в ті чи інші активності. Гуляти по місту, не звертаючи особливої уваги на оточення, або: розглядати пам'ятки історії, архітектури, шукати інформацію про них, обговорювати побачене з друзями, фотографувати цікаві місця й публікувати в соціальних мережах, організовувати акції на підтримку охорони пам'яток – ці приклади активностей показують різний ступень ангажованості. З метою привернення уваги до цього питання й деталізації інформації група ESSnet [15, с. 223] виділяє: а) *практики відвідування/сприйняття*, б) *аматорські практики*, в) *соціальну партиципацію/волонтерство* (табл. 1). Деякі із цих трьох різновидів участі можуть розмиватися, наприклад, у сучасних театральних, музичних, візуальних проектах публіка може ставати необхідним елементом перформансу; цифрова культура сприяє креативності та поширенню аматорського змісту в мережі, перетворюючи «консьюмерів» на «просьюмерів». До речі, ступінь інтенціональності, самостійного вибору культурних продуктів теж не варто перебільшувати в сучасній комп'ютерно опосередкованій комунікації. Поширюються нові форми «*неінтенціонального*» споживання, підтримувані інтернет-технологіями, коли відвідування сторінок різних сайтів, заходів стимулюється гіперпосиланнями, рекламою (зокрема індивідуалізованою), відмітками (неявними рекомендаціями) друзів тощо. Залучення до пошуку, сприйняття інформації, прийняття рішень відвідати захід відбувається в таких ситуаціях швидко, спонтанно, без сформованих заздалегідь намірів. З іншого боку, для зацікавлення певною інформацією потрібен культурний капітал, цифрова грамотність.

Таблиця 1

**Схема досліджень практик культурної партиципації (фрагмент)**

Домен	Практики як аматорство	Відвідування/сприйняття	Соціальна партиципація/волонтерство
<b>Книги й преса</b>	Письменницька активність у вільний час: художня/нехудожня, у паперовій або цифровій формі (включно з блогами)	Читання у вільний час: книги, газети, журнали (у паперовій чи цифровій формі)	Публікація всіх видів памфлетів, звернень, петицій; листи до видавництв газет і часописів; блоги, е-фанзіни, інші публікації в Інтернеті
<b>Музеї</b>	Колекціонування/бути колекціонером	Відвідування музеїв (реально-/віртуально)	Бути членом асоціацій, груп, клубів зі збереження пам'яток, спадщини. Волонтерство або добровільні внески до таких асоціацій, груп, клубів

Як бачимо, ця схема явно включає соціальну партиципацію/-волонтерство стосовно кожного з вирізнених доменів (усього їх двадцять: архіви, монументальне мистецтво, археологія, архітектура, фотографія, дизайн, мультимедіа тощо). Соціально-дозвіллеві практики, волонтерство вивчали й раніше, але переважно в якісних дослідженнях або спеціалізованих проектах (наприклад, праці Р. Стебінса, Г. Файна, Е. Лонг та ін.).

**Висновки.** Таким чином, за останню чверть століття проведено великий обсяг організаційних і методологічних дій щодо стандартизації й гар-

монізації культурної статистики, можливостей порівняння культурних політик різних країн на європейському, міжнародному рівнях. Вимірювання культурної партиципації базується на збиранні різних джерел, як суто соціологічних, що походять від національних і міжнародних обстежень, так і відомчих, секторальних, статистичних, які підлягають стандартизації й використовуються в межах евалюаційних технологій (індекси, індикатори, що показують місце кожної країни). У цих умовах потрібні спільні зусилля провідних вітчизняних соціологічних центрів, урядових і неурядових організацій, задіяних у подібних міжнародних проектах, для збирання й аналізу надійної та релевантної інформації про особливості культурних процесів у різних сегментах суспільного життя.

#### Список використаної літератури

1. Гордон Л. А., Клопов Э. В. Человек после работы: Социальные проблемы быта и вне рабочего времени: По материалам изучения бюджетов времени рабочих в крупных городах Европейской части СССР. Москва : Наука, 1972.
2. Грушин Б. Свободное время: Актуальные проблемы. Москва : Мысль, 1967.
3. Індикатори ЮНЕСКО впливу культури на розвиток. Короткий аналітичний огляд щодо України. URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/.../Abr-lv\\_C&C\\_photo\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/.../Abr-lv_C&C_photo_UA.pdf) (дата звернення: 04.02.2018).
4. Культурная деятельность. Опыт социологического исследования / отв. ред. Л. Н. Коган. Москва : Наука, 1981.
5. Мінливості культури: соціологічні проєкції / за ред Н. Костенко. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2015.
6. Патрушев В. Д. Изменения в использовании свободного времени городского населения за двадцать лет (1965–1986). *Социологические исследования*. 1991. № 3.
7. Система статистики культури ЮНЕСКО – 2009 (ССК). Русскоязычная версия. Ін-т статистики ЮНЕСКО, 2010.
8. Скокова Л. Вимірювання культурної партиципації: український і міжнародний досвід. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2017. Вип. 4 (18). С. 345–359.
9. Скокова Л. Культурні практики і культурні політики: сучасна дослідницька інфраструктура. *Соціальні виміри суспільства* : зб. наук. пр. / за ред. д-ра соц. наук М. О. Шульги. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2016. Вип. 19.
10. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / за заг. ред. В. Воловича. Київ : УЦДК, 1998.
11. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2017. Вип. 4 (18).
12. 2009 Framework For Cultural Statistics. Handbook № 2. Measuring cultural participation. Montreal : The UNESCO Institute for Statistics, 2012.
13. Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks. European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.
14. Cultural Statistics. Eurostat Pocketbooks. European Commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2011.
15. ESSnet-Culture Final Report. European Statistical System Network on Culture. Luxembourg, 2012.
16. Nuere C. O. (ed.). New challenges of cultural observatories. Documentos de estudios de Ocio. Bilbao : University of Deusto, 2011.
17. Schuster J. M. Participation Studies and Cross-National Comparison: Proliferation, Prudence, and Possibility. *Cultural Trends*. 2007. 16. № 2. P. 99–196.
18. The Indicator Framework on Culture and Democracy. URL: <http://www.governancereport.org/ifcd/#> (дата обращения: 04.02.2018).

19. The UNESCO Culture for Development Indicators: Methodology Manual. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2014.

Стаття надійшла до редакції 29.04.2018.

**Скокова Л. Г. Социологические измерения культурной партиципации в международных проектах**

*В статье рассмотрены основные направления организационных и методологических усилий по формированию баз культурной статистики на международном уровне. Показаны сдвиги, которые произошли в современных компаративных исследованиях культурных практик по сравнению с периодом 1960–1980-х гг. Активизация усилий агентов международного уровня: ЮНЕСКО, Совета Европы, Евросоюза – приводит к систематизации показателей участия в культуре с целью их стандартизации, гармонизации, созданию баз данных. Использование стандартизованных методик измерения культурной партиципации позволяет строить обобщающие индексы, оценивать культурные политики стран, влиять на дальнейшие стратегии развития.*

**Ключевые слова:** участие в культуре, дефиниции культурной партиципации, сравнительная культурная статистика, индикаторы культуры, измерение участия в культуре.

**Skokova L. Sociological Measurements of Cultural Participation in International Projects**

*The article deals with the main directions of organizational and methodological efforts on the formation of cultural statistics' databases at the international level. The changes that took place in comparative studies of cultural practices in comparison with the 1960–1980s are shown. In this period cultural participation' surveys at the national level gradually become regular in many countries of the world. Data from national surveys are compared between countries by post fact. The evolution of the definitions of cultural participation for various research purposes is considered.*

*The efforts of the international institutions as UNESCO, the Council of Europe, the European Union in the systematization of indicators of culture participation leads to the standardization, harmonization of comparative cultural statistics' databases.*

*Comparative cultural statistics begin to be collected and studied at the level of international statistical institutes, special organizations (project Compendium), think tanks (cultural observatories), the number of which grows all over the world. The basic directions of research efforts on the organization of comparative cultural statistics databases are explained. Firstly, a methodological work is conducted on the precise delineation of domains, functions, and forms of cultural participation as patterns for further comparative sociological research. By presenting current methodologies and key topics related to the measurement of cultural domains, these documents can assist to develop cultural statistics in other countries, lead towards a deeper understanding of cultural participation.*

*Another area of research efforts focuses on identifying the relationship between the levels of cultural participation and the state of democracy, tolerance, social cohesion, cultural inclusion, and quality of life. The UNESCO methodology of culture and development indicators focuses on the social dimension of the contribution of culture to the development of society. The methodology of the EU project «The Indicator Framework for Culture and Democracy – IFCD» helps map European trends in access to and participation in culture and generate comparable national and European survey data. Significant number of states in the world are involved in the process of discussing the role of culture in the contemporary world, participation in comparative surveys of cultural practices, preparation of reports on cultural policy at the level of government structures, NGOs, expert groups. The use of standardized methods for measuring cultural processes, including cultural participation, allows us to build generalized indices of the state of culture in different countries, to evaluate the cultural policies of countries, and to influence future development strategies.*

**Key words:** culture participation, definitions of cultural participation, comparative cultural statistics, cultural indicators, measurements of culture participation.

О. О. СУССЬКА

## САМОСВІДОМІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ

*Кожна людина, особливо в молодому віці, є творцем власної культури й самого себе. З одного боку, культура – спосіб пізнання, засвоєння та примноження знань про навколишній світ, а з іншого – інструмент самосвідомості, самореалізації, формування цінностей, ідеалів, пошуків сенсу життя та втілення їх у реальних компонентах, що становлять життєвий простір (у тому числі особисте інформаційне поле). З певною мірою наближення до істини, інструментом розвитку самосвідомості та вдосконалення культури можна назвати й медіадискурс. У кінці ХХ ст. в усіх соціокультурних процесах став істотно «відчуватися» вплив мас-медіа, а вже через півтора десятиліття від початку ХХІ ст. став набувати вагомого значення (особливо в містах) вплив Інтернету й соціальних мереж. Стандартизація підходів до медіаграмотності як важливої складової загальної культури споживання медіапродукції є сьогодні нагальним завданням не лише медіапсихологів та педагогів, а й соціологів масових комунікацій.*

**Ключові слова:** мас-медіа, інформаційне поле, життєвий простір, культура, соціологія мас-медіа, медіадискурс.

Сучасний медіадискурс правомірно можна вважати частиною загального соціокультурного простору. Проте, цілісної концепції публічного дискурсу мас-медіа як вербальної комунікації, а тим більше, як форми соціокультурного дискурсу, досі немає, а можливо, і не може бути, адже настільки різноманітні умови й засоби встановлення комунікативної взаємодії та перебігу процесів інформаційного обміну, використання різних каналів і рівнів міжкультурної комунікації, тому говорити про єдину цілісну модель медіадискурсу поки немає сенсу. Але в сучасних моделях масової комунікації є щось спільне, що виводить наукове вивчення мультикультурних комунікативних процесів на новий щабель розуміння проблем, на-самперед – це:

а) пошуки подолання розбіжностей між позиціями комунікатора й адресата (реципієнта) з метою забезпечення адекватності та діалогічності комунікативного контакту,

б) досягнення кращого розуміння інформації за рахунок інтеркультурації та вдосконалення дискурсивних практик,

в) консенсус позицій суб'єкт-суб'єктної комунікації, втіленої у феномені контамінації суб'єктності (суміщення ролей комунікатора та адресата при їх зміні й рівноправній участі в комунікативному акті).

Залученість до певних дискурсивних практик також часто пов'язують з особистісними орієнтаціями, пошуками шляхів створення суб'єктом свого інформаційного поля, де вплив конкретного каналу мас-медіа, наприклад, телебачення, може як домінувати, так і бути мінімізованим. З іншого боку, залучення споживача мас-медійного контенту до «гіперреальності» [1] або подібних практик підсилюють уявлення дослідника

про сутність процесу цілеспрямованої тематизації та проблематизації медіареальності, що гіпотетично може становити значну частину життєвого світу людини (залучати її до активної участі в житті країни й фактичної причетності до тих подій, рухів, політичних течій, які є актуальними для суспільства певного періоду його розвитку), або переводити увагу суб'єкта медіакомунікацій на інші об'єкти й теми. Поведінка мас-медійних аудиторій протягом останнього десятиліття поступово перестає бути звичним «зліпком» медіаландшафту та вже не настільки піддається виміру традиційними соціологічними інструментами.

За даними «Європейського соціального дослідження», проведеного в п'ять хвиль у 24 країнах Європи [2, с. 57–58], переконуємося, що обрані, наприклад, щодо України показники «телеперегляду», тобто тривалості перегляду новин або програм про політику та поточні події, складаються в таку картину (табл. 1).

Таблиця 1

**Відповіді на запитання Європейського соціального дослідження:  
«Скільки часу у звичайний будній день Ви проводите біля телевізора,  
дивлячись новини або програми про політику та поточні події?»  
(%, N=1500)**

Рік	Зовсім не роблю цього	Менше ніж півгодини	Від півгодини до однієї години	Від однієї до півтори години	Від півтори до двох годин	Від двох до двох із половиною годин	Від двох із половиною до трьох годин	Понад три години	НЕ знаю
2005	4,2	23,4	37,4	10,9	6,6	4,0	3,2	4,1	0,7
2007	8,3	36,4	26,1	9,8	5,7	1,7	1,3	2,9	1,9
2009	8,6	31,1	34,1	8,2	5,7	1,7	2,5	2,6	1,9
2011	8,8	40,4	30,5	6,3	2,5	1,4	1,0	1,7	1,3
2013	8,3	37,0	27,5	8,1	3,4	1,9	3,2	3,7	2,1

Як видно з табл. 1, найбільш наповненими (за величиною показників) виявилися інтервали «від півгодини до однієї години» за 2005 р. і «менше півгодини» за 2011 р. (відповідно: 37,4% і 40,4%). У середньому ж за роками набуває популярності (як тип перегляду новин й програм про політику) інтервал «менше півгодини» – 33,7%, другим іде інтервал «від півгодини до однієї години» – 31,1%, на третьому й четвертому місцях опинилися інтервали «від одного до півтора годин» і «від півтора до двох годин» (відповідно 8,7% і 4,8%). Зовсім не цікавляться новинними випусками і передачами про політику 7,6% респондентів.

Життєвий світ людини формується не лише нею самою, а і її середовищем. Залежно від реакції на нього, особистість може вибрати активний тип «участі», або відійти в бік маргіналітету. Маргінальність завжди є своєрідною «зворотною стороною» партиципаторності, що практично межує з формуванням субкультури. Коли «швидкість тікання» (за висловом

М. Дері [5]), тобто наближення до віртуальної реальності збільшується, виникають психологічні перешкоди для реального бачення світу й саморефлексії. Водночас звичний ритм життя багатьох прихильників телебачення порушується в зв'язку з експансією цифрових технологій: це і поширення комп'ютерних мереж та залученість у них, і поява гаджетів (планшетів, смартфонів), які тримають постійно «в полі зору» мереж своїх власників.

Наявність комп'ютерних та інтернет-технологій в арсеналі сучасної соціології стала науковою реальністю й інструментом обробки даних, проведення он-лайн опитувань та надала можливість оперувати даними, зібраними в мережах. Усі названі інструменти лише підвищують науковий потенціал досліджень у галузі соціології масових комунікацій. Але перебільшення значущості зібраної в мережах інформації також не повинно переважати. Тільки ретельне опрацювання й зважування цієї інформації дозволяє використовувати її з метою соціологічного аналізу.

Таблиця 2

**Порівняння ставлення української аудиторії до російських та українських ЗМІ (2017 р.)**

Варіанти відповіді	Чи довіряєте Ви російським ЗМІ (телебаченню, радіо, газетам)?	Чи довіряєте Ви українським ЗМІ (телебаченню, радіо, газетам)?
Цілком довіряю	3,1	10,0
Скоріше довіряю	5,8	40,7
Скоріше не довіряю	20,6	26,3
Цілком не довіряю	59,8	16,6
Важко сказати	10,7	6,4
Усього	100,0	100,0

Джерело: дані КМІС (2015) [3].

Тривале спостереження медіаповедінки аудиторій щодо традиційних і «нових» ЗМІ свідчить, що серед сучасних ЗМІ спостерігається диференціація як функціональна, так і політично орієнтована. Різке зменшення обсягів продукції художнього мовлення телебачення й радіо, перенесення анонсів культурного життя в соціальні мережі, «стискання» масштабів та географії поширення преси, криза гуманізації в інформаційному просторі (присутність матеріалів, що містять насильство та агресію) – усе це свідчить про кризові проблеми загальнокультурного характеру. Шляхом подолання цих проблем може стати «інкультурація» або «гуманізація» медіаконтенту власного інформаційного поля споживача (суб'єкта медіакомунікацій) [10].

Серед інструментів подолання артикульованої кризи можна назвати хоча б повернення до тих обсягів мовлення музичних і художніх теле- і радіопрограм, які були присутні в кінці 90-х рр. ХХ ст., а також диференційований підхід (через вивчення інтересів аудиторій) до запитів публіки в сучасних мультимедійних мережах, де вибір здійснює сам користувач.

Чи підтверджується гіпотеза «відмирання» традиційних медіа, і кому вигідний подібний вектор розвитку медіаспоживання, покаже час. Але сьогодні на тлі повернення до традиційних форм легітимації публічних інститутів (у їх веберівському розумінні), що, на думку О. Г. Осіпова, є «атрибутом патримоніального управління», коли «формальні інститути можуть розглядатися як зовнішня оболонка владних відносин, пов'язаних з визначенням ролі етнічності й етнічними поділами, або як зовнішній «перформанс», тобто «соціальні інститути не раціоналізуються, а сприймаються як даність або як феномени, підпорядковані квазіприродним законам» [8, с. 91]. Приймаючи методологічну позицію О. Г. Осіпова, можна зарахувати формальні інститути дійсно до «зовнішньої обкладинки» суспільства, або ж розглядати їх як зовнішній «перформанс», особливо враховуючи, що вони належать до сфери відтворення смислів або «символічного виробництва» (за П. Бурдьє). Таке відтворення фактично відбувається в медіакомунікативному просторі, що також артикулює П. Бурдьє, зараховуючи його до поля «культурного виробництва».

Якщо порівняти типи культурної поведінки, досліджувані соціологами України, то таким, що домінує (щодо важливості для респондентів на рівні суб'єктивних оцінок), виявляється підвищення освітнього рівня, тобто інтелектуальний розвиток. Однак, аналіз типів поведінки всередині домогосподарств (разом з питаннями про їх оснащеність «культурним інвентарем») дає такий результат: на першому місці серед домашніх видів культурно-дозвіллевих практик перегляд телепередач – 83,1% (83,3% – в мегаполісах і 85% – в селі); на другому місці читання газет – 47,2% (42,3% і 54,4% відповідно); на третьому місці прослуховування радіопередач – 32,3% (32,5% і 37,1% відповідно). Серед 12 видів культурно-дозвіллевих практик, наведених в анкеті, піднятися до рівня телебачення й радіо змогли тільки такі види, як: «користування мобільним телефоном» – 82,3% (91,5% – в мегаполісах і 71,2% – в селі) і користування Інтернетом (зі стаціонарних пристроїв) – 35,2% (57,3% і 19,2% відповідно) [12, с. 459].

Серед існуючих підходів до вивчення соціології особистості як особливої галузі сучасної соціології провідні позиції посідають психологічно «орієнтовані», які є найбільш глибокими, зваженими і традиційно послідовними. Саме в руслі цих психологічно орієнтованих методологічних підходів досить значущими видаються виявлення та аналіз так званих «особистісних структур». Під останніми маються на увазі цілісні «внутрішні комплекси», що мотивують та спонукають зміни як у самому індивіді, так і у формах його предметної й комунікативної активності, та перебувають, у свою чергу, під впливом «зовнішніх середовищ»: інформаційної й соціокультурної діяльності, що стимулює ці зміни (на думку Б. А. Грушина) у суспільному житті країни [6].

Традиційно аналіз механізмів саморегуляції особистості (включаючи сюди продукування цілого ряду так званих «надіндивідуальних» чинників людської повсякденності й уважне вивчення інтрасуб'єктивності як сукупності становлення вищезгаданих «особистісних структур»), є предметом вивчення переважно психологічних наук. Соціологію масових комуніка-

ційних процесів і соціологію особистості цей комплекс проблем завжди цікавив тією мірою, якою дослідникам видавалося важливим описувати й аналізувати процеси самовизначення індивіда на різних етапах розвитку, у різних етнічних і соціокультурних умовах та у відповідних медіакомунікативних ситуаціях.

Артикульовані вище підходи є адекватними й для вивчення феноменів, що спостерігаються при формуванні індивідом власного «інформаційного поля» [10]. Причому системи міжособистісних і надособистісних взаємодій у сучасному медіапросторі й у світі загалом (як усередині соціальних інститутів, так і в межах соціальних груп і спільнот), останнім часом настільки істотно змінилися, що із цього погляду виникає необхідність аналізу глибоко інтерферуючих систем та наукових уявлень. Вищезгадані соціологічні галузі, які вивчають елементи, що лежать в основі інтрасуб'єктивного сприймання «гіперреальності» (термін введений Ж. Бодріаром), тобто віртуальних відбитків рольового «Я», яке в своїй суті зберігає «Я-соціальне», приєднуючи одночасно або зміну диспозиції «Я-комунікативного» та «Я-політичного» [9].

Передбачувані в такого суб'єкта медіапростору, який створює власне інформаційне поле, певні вміння (компетенції) та механізми самоідентифікації й самозахисту особистості та відображення їх у самосвідомості були докладно проаналізовані автором у монографії «Персоніфікація інформаційного обміну» [11]), де визначено, що це знаходить своє втілення (залежно від більш або менш розвиненої інтрасуб'єктності) саме в самоідентифікації (самовизначенні) особистості – яка завжди «спиралася» на глибинні індивідуальні цінності. Саме згадані механізми виявляються максимально прихованими й захищеними від «зовнішніх чинників», будь це початковий контроль медіаповедінки (наприклад, з боку батьків – у підлітковому віці), або подальші його форми, що практично не піддаються фіксації засобами соціологічного аналізу.

Існує теза про те, що телеперегляд як вид культурно-дозвіллевих практик міцно тримається серед звичок населення й найближчими роками не передбачається різких відхилень від отриманих соціологами стійких характеристик аудиторії, прихильної до телебачення.

Медіаповедінка (із соціопсихологічної та соціологічної точки зору) є певним індикатором для виявлення проявів медіаграмотності. Як артикульовалося вище, самоідентифікація особистості передбачає досить високо розвинуту інтрасуб'єктність, що спирається на глибинні індивідуальні цінності, переконання. Саме такі якості є необхідними для оволодіння навичками медіаграмотності, що стає вкрай необхідним у сучасних умовах наростання хвилі фейкової інформації, спроб інсинуацій і прямої омани в соцмережах (не тільки в рекламних цілях, а й у випадках безпосереднього шахрайства). Адже адміністратори соцмереж не мають права припиняти діяльність у разі звернення по фінансову допомогу, продажів (ідеться про випадки негарантованої якості товарів), зборів грошей на благодійні заходи тощо.

Самооцінка можливостей ідентифікувати наявність фейків і критерії ідентифікації неякісної (недобросовісної) інформації стали предметом дослідження одного з найбільш авторитетних українських соціологічних ін-



ститутів – Київського міжнародного інституту соціології (КМІС). У результатах досліджень на цю тему, опублікованих у березні 2018 р. [4], зафіксовано, що вміють відрізнити якісну інформацію від дезінформації всього 20,2% респондентів, третина учасників опитування намагаються це робити, і це частіше їм вдається; частіше не вдається і зовсім не вдається – 12,2% і 18,8% відповідно, тобто в сумі – ще 30% респондентів (опитування проведено з 5 по 21 лютого 2018 р. в усіх областях України;  $N = 2043$ ).

Особливо важливою при визначенні рівня медіаграмотності на суб'єктному рівні є опора на певні критерії. Серед п'яти таких критеріїв, запропонованих в анкеті вищезгаданого дослідження, найбільш зрозумілими й поширеними виявилися такі: «інформація з'явилася в ЗМІ, яким я не довіряю» – 32,5% і «у інформації відсутній автор» – 30,3%. Показники інших критеріїв ідентифікації фейкової інформації не дійшли до рівня 20%, а саме: «інформація була подана занадто емоційно» – 18,9%, «інформацію поширюють в соцмережах боти» – 14,2% і ще 13% не довіряють новинам, якщо там стоїть посилання на соцмережу як джерело інформації.

Привертає увагу, що велика група респондентів (36,8%) узагалі не змогли відповісти на це запитання, що підтверджує неготовність до ідентифікації фейкової інформації більшості респондентів, причому з них 85,7% є аудиторією телевізійних каналів [4]. Найбільш прийнятною формою підвищення медіа грамотності, на думку 55,8% респондентів, є курси в Інтернеті і теле- чи радіопрограми з питань медіаграмотності (18,3%). Водночас найбільш актуальним вважають це для себе (тобто згодні взяти участь у заходах з метою підвищення медіаграмотності) лише 22,2%, тобто п'ята частина респондентів [4].

Обговорення ситуації з рівнем медіаграмотності триває й у професійному середовищі журналістів. «Медіаграмотність – це не контрпропаганда. Журналістика – це професія. Потрібно розділяти професію і патріотизм. <...> У кожного з нас своя історія, і ми повинні докладати максимум зусиль, щоб власні контексти менше впливали на журналістів, і журналісти були відстороненими», – так звучить в артикуляції виконавчого директора громадської організації «Детектор Медіа» Діани Дуцик ця професійна проблема [7]. Важко не погодитись і з президентом Академії української преси В. Ф. Івановим, який зазначив, що як експерт він не є прихильником думки про беззахисність дорослого населення перед пропагандою, але вважає, що медіаграмотність сприяє критичному сприйняттю інформації незалежно від політичних симпатій [7]. Очевидно, ефективність роботи в цьому напрямі безпосередньо пов'язана з професійним рівнем сучасних українських медіа.

**Як висновок**, необхідно вказати на взаємозв'язок міждисциплінарних досліджень, що поєднують наукові інтереси представників соціології особистості та медіапсихології, теорії комунікації й соціології культури та соціології масових комунікацій, коли йдеться про поведінку аудиторії ЗМІ, що десятиліттями традиційно розглядалася як об'єкт останньої. Саме міждисциплінарний підхід дозволяє встановити, що характер медіаповедінки корелює не тільки з віком та іншими соціально-демографічними показни-

ками, а й з психологічним типом, комунікативними диспозиціями суб'єкта та його соціокомунікативними настановленнями. Участь у медіадискурсивних практиках також часто пов'язана з особистими орієнтаціями й вибором культурно-дозвіллевих практик, значну частину яких становить перегляд телепередач та інших матеріалів ЗМІ. Сучасна поведінка суб'єктів медіакомунікативного простору зумовлена пошуком способів створення власного інформаційного поля й рівнем медіаграмотності; останнє дає підстави припустити, що саме високий рівень самосвідомості особистості є одним з провідних інструментів формування індивідуальної культури й медіаграмотності.

#### Список використаної літератури

1. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или конец социального. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. 96 с.
2. Головаха Є. І., Горбачик А. П. Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007–2009–2011–2013. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2014. 96 с.
3. Дані КМІС (2015). URL: [www.kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=510](http://www.kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=510) (дата звернення: 23.12.2017).
4. Дані соціологічних досліджень КМІС (2018). URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports> (дата звернення: 27.03.2018).
5. Дери М. Скорость убегания: Киберкультура на рубеже веков / пер. с англ. Т. Парфеновой. Екатеринбург : Ультра. Культура ; Москва : АСТ МОСКВА, 2008. 478 с.
6. Докторов Б. З. Б. А. Грушин. Четыре десятилетия изучения российского общественного мнения. URL: <http://gefter.ru/archive/16807> (дата обращения: 27.03.2018).
7. Медиаграмотность: поможет ли медиаграмотность противостоять информационным манипуляциям. URL: <http://novosti.dn.ua/article/6405-pomozhet-ly-medyaqramotnost-protivostoyat-unformacyonnym-manipulyacyuam-ytogy-dmf-2016> (дата обращения: 27.03.2018).
8. Осіпов О. Г. Парадигма транзиту, неопатримоніалізм і етнічні проблеми у пострадянському просторі. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2017. № 2. С. 77–98.
9. Сусская О. А. Социологические проекции личности: интерпретация – персонификация – виртуализация : монография. Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2014. 132 с.
10. Сусська О. О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору аудиторії в умовах сучасного соціокультурного середовища : монографія. Київ : ДАККіМ, 2003. 188 с.
11. Сусська О. О. Персоніфікація інформаційного обміну : монографія. Київ : Логос, 2013. 256 с.
12. Українське суспільство 1992–2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2012. 660 с.

Стаття надійшла до редакції 05.05.2018.

#### Сусская О. А. Самосознание как инструмент культуры и медиаграмотности

*Каждый человек, особенно в молодом возрасте, является создателем собственной культуры и самого себя. С одной стороны, культура – способ познания, усвоения и приумножения знаний об окружающем мире, а с другой – инструмент самосознания, самореализации, формирования ценностей, идеалов, поисков смысла жизни и воплощения их в реальных компонентах, составляющих жизненное пространство (в том числе личное информационное поле). С определенной степенью приближения к истине, инструментом развития самосознания и совершенствования*

культуры можно назвать и медиадискурс. В конце XX в. во всех социокультурных процессах стало существенно «ощущаться» влияние масс-медиа, а уже через полтора десятилетия после начала XXI в. стало приобретать большое значение (особенно в городах) влияние Интернета и социальных сетей. Стандартизация подходов к медиаграмотности как важной составляющей общей культуры потребления медиапродукции является сегодня насущной задачей не только медиапсихологов и педагогов, а также социологов массовых коммуникаций.

**Ключевые слова:** СМИ, информационное поле, жизненное пространство, культура, социология масс-медиа, медиадискурс.

#### **Susska O. Self-Awareness as a Tool of Culture and Media Literacy**

*Every person, especially at a young age, is the creator of his own culture and himself. On the one hand, culture as a way of knowing, learning and raising knowledge about the surrounding world, and on the other hand – as an instrument of self-awareness, self-realization, the formation of values, ideals, the search for the meaning of life and their embodiment in the real components that make up the living space (v. h. personal information field). With some degree of approach to the truth, a tool for the development of self-awareness and the improvement of culture can also be called media discourse. At the end of the twentieth century, the influence of the mass media began to be felt in all socio-cultural processes, and after half a decade from the beginning of the twenty-first century, the influence of the Internet and social networks began to be of great importance (especially in the cities). Among the existing approaches to the study of sociology of personality – as a special field of contemporary sociology – the leading positions occupy the psychologically «oriented» approaches, which are the most profound, weighed and traditionally consistent. It is in the context of these psychologically oriented methodological approaches that reveal and analyze so-called «personal structures». The latter implies holistic «internal complexes» that motivate and motivate changes both in the individual, and in the forms of his subject and communicative activity. Media behavior (both from socio-psychological and sociological point of view) is a definite indicator for revealing the manifestations of media literacy. As articulated above, the self-identification of a person assumes a rather highly developed intrasubjectivity, based on the depth of individual values, beliefs. These qualities that are necessary for mastering the skills of media literacy, which is extremely necessary in today's conditions of the growing wave of fake information. The standardization of approaches to media literacy as an important component of the general culture of media consumption is today a pressing task not only for media psychologists and educators, but also for mass media sociologists.*

**Key words:** mass media, information field, living space, culture, sociology of mass media, media discourse.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.752

Т. М. БАЙДАК, В. О. БОЛОТОВА

### ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ ЯК ЖИТТЄВА ЦІННІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

*У статті уточнено поняття: здоров'я, спосіб життя, здоровий спосіб життя, чинники здорового способу життя. Підкреслено, що дуже важливо сформуванню у свідомості студентської молоді уявлення про здоровий спосіб життя як ефективний інструмент збереження й зміцнення здоров'я. Наведено дані конкретного соціологічного дослідження, за результатами якого з'ясовано ціннісні орієнтації студентів (на прикладі НТУ «ХП») та місце здорового способу життя серед них, визначено чинники здорового способу життя, що, на думку студентів, є найбільш важливими.*

*Ключові слова: здоров'я, спосіб життя, здоровий спосіб життя, цінність, ціннісні орієнтації, чинники здорового способу життя.*

Соціально-економічні та політичні зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, привели до системних перетворень у всіх сферах життєдіяльності людини. Різноманітні чинники суспільного життя, серед яких екологічні та техногенні, суттєво підвищують навантаження на організм людини й викликають негативні зміни в стані здоров'я. Здоров'я сьогодні є найголовнішою цінністю для більшості людей, у зв'язку із чим підвищується їх зацікавленість у здоровому способі життя.

Здоровий спосіб життя характеризує певний тип поведінки людини та є показником рівня засвоєння нею норм і правил, спрямованих на підтримку здоров'я. Щоб побудувати міцне та здорове суспільство, потрібно, щоб його громадяни були орієнтовані на здоровий спосіб життя. Особливо важливим у цьому контексті є те, наскільки характерним є здоровий спосіб життя для молоді взагалі та студентської молоді зокрема. Сучасна студентська молодь у своїх фізичних, інтелектуальних, моральних проявах визначає те, яким буде суспільство в найближчому майбутньому. Численні медико-соціальні дослідження констатують, що в більшості студентів відзначаються порушення в стані здоров'я, у деяких є серйозні хронічні захворювання, що перешкоджають повноцінному, активному життю людини [1]. Такий стан здоров'я молоді – серйозний привід звернути увагу на те, що, з одного боку, впливає на погіршення здоров'я молоді, а з іншого – робить молодих людей міцними, активними, здоровими. Дуже важливо сформуванню у свідомості молоді уявлення про здоровий спосіб життя як ефективний засіб збереження та зміцнення здоров'я.

Про здоровий спосіб життя як шлях до зміцнення здоров'я замислювалися ще давньогрецькі філософи Сократ, Платон, Аристотель. Пізніше питання здорового способу життя вивчали Т. Мор, Ф. Бекон, Ф. Спіноза.

Серед соціологів ранньої доби на проблему чинників формування здорового суспільства та здорової особистості звернули увагу Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, М. Вебер. За радянських часів питання критеріїв здорового способу життя розглядали в своїх працях І. В. Бестужев-Ладв, А. М. Изуткін, Ю. П. Лісіцин. Здоровий спосіб життя досліджували такі українські автори, як: О. М. Балакірєв, О. В. Вакуленко, М. Ю. Варбан, Є. І. Головаха, С. Д. Литвин-Кіндратюк, Н. В. Паніна, О. І. Петрик, О. О. Яременко та ін. [2]. Закордонні вчені висвітлюють різні аспекти здорового способу життя (Р. Бантон, С. Неттлетон, Р. Бароус), шукають переваги для суспільства в розповсюдженні здорового способу життя [3]. Зокрема, П. Корп аналізує здоровий спосіб життя в контексті визначеного П. Бурдьє поняття «спосіб життя» [4]. Молоді науковці Н. Салар, Дж. Фарухзадян, А. Тол, І. Тавасол за допомогою прикладних досліджень намагаються зрозуміти особливості здорового способу життя різних груп молоді [5; 6].

За темою здоровий спосіб життя накопичений значний аналітичний і емпіричний матеріал. Разом з тим, слабо вивченими є питання здорового способу життя студентської молоді.

**Мета статті** – проаналізувати ціннісні орієнтації студентської молоді (на прикладі НТУ «ХП») та визначити місце здорового способу життя серед них, з'ясувати чинники здорового способу життя, які, на думку студентів, є найбільш важливими.

Для розуміння поняття «здоровий спосіб життя» важливо з'ясувати сутність понять «здоров'я» та «спосіб життя», що лежать у його основі. Здоров'я в науковій літературі розглядають, як мінімум, у межах двох підходів. Згідно з першим підходом, це стан повного фізичного, духовного й соціального добробуту, а не лише відсутність хвороб і фізичних дефектів [7]. Згідно з другим підходом, здоров'я – здатність організму пристосовуватися до постійно мінливих умов існування в навколишньому середовищі, підтримувати рівновагу внутрішнього стану організму та забезпечувати нормальну й різнобічну життєдіяльність, збереження життєвих сил організму [8]. Поєднати два підходи в один спробувала А. Г. Щедрина. Здоров'я, на думку дослідниці, це цілісний багатомірний динамічний стан (включаючи позитивні та негативні показники), який розвивається в умовах конкретного соціального й екологічного середовища та дозволяє людині здійснювати її біологічні й соціальні функції [9]. У такому визначенні «здоров'я» увагу акцентовано на зумовленості стану людини особливостями її взаємодії із соціальним і природним середовищем. Сутнісними характеристиками здоров'я є виконання організмом усіх своїх функцій; гармонія організму з навколишнім середовищем; пристосування до його змін; готовність до виконання соціальних функцій та участі в соціальній дії; відсутність хвороби; взаємозв'язок та взаємодоповнення духовних і фізичних сил організму. Таким чином, здоров'я людини є не тільки медико-біологічною, а й соціальною категорією, яка визначається природою та характером соціальних відносин, соціальними умовами й факторами, залежними від способу життя.

Спосіб життя – один із чинників здоров'я, що впорядковує зовнішні впливи середовища та внутрішні конституційно-спадкові детермінанти людини. Спосіб життя – це стійкий спосіб життєдіяльності людини, який формується в певних соціально-екологічних умовах і має прояв у нормах спілкування, поведінці, складі мислення людини. Спосіб життя значно впливає на багато соціальних процесів і характеристик суспільства, серед яких здоров'я людини та суспільства. Підтвердженням тому є дані різноманітних досліджень, згідно з якими, здоров'я населення більш ніж на 50% визначається способом життя [10].

Здоровий спосіб життя об'єднує все, що пов'язано зі способом життя та здоров'ям людини. Здоровий спосіб життя – це система моральних, духовних, фізичних проявів особистості в різних сферах діяльності, зокрема навчальної, яка віддзеркалює ставлення людини до себе, соціального середовища, природи з позицій цінності здоров'я та сприяє збереженню стійкості організму, максимальної активності особистості в повсякденному житті та професійної або навчальної діяльності. Здоровий спосіб життя сприяє виконанню людиною професійних, громадських і побутових функцій в оптимальних для здоров'я умовах та виражає орієнтованість особистості в напрямі формування, збереження й зміцнення як індивідуального, так і суспільного здоров'я [11].

Складовими здорового способу життя є мотиваційно-ціннісний, змістовний, процесуальний, емоційно-вольовий компоненти. Мотиваційно-ціннісна складова здорового способу життя характеризує спрямованість особистості на формування, підтримання й зміцнення здоров'я людиною з урахуванням особливостей професійної або навчальної діяльності, розуміння значущості способу життя для саморозвитку, самореалізації, самовдосконалення. Загалом розуміння ціннісних орієнтацій особистості дає змогу з'ясувати цілі життя людини або групи, аналіз змістовної сторони ціннісних орієнтацій може також показати відповідність ціннісних орієнтацій людини соціальним очікуванням [12]. Змістовна складова здорового способу життя визначає наявність у людини системи знань про здоров'я, ступінь оволодіння практичними вміннями й навичками з реалізації принципів здорового способу життя в різних сферах життєдіяльності. Процесуальна складова характеризує поведінку людини в конкретних життєвих ситуаціях. Емоційно-вольова складова здорового способу життя забезпечує прояв вольових якостей людини в досягненні поставленої мети та емоційну оцінку досягнутого [13].

Здоровий спосіб життя вимагає від людини оптимальної фізичної активності, раціонального харчування, режиму життя та психофізіологічної регуляції, дотримання психосексуальної й статевої культури, тренування імунітету та загартовування, відмови від шкідливих звичок. Зміст здорового способу життя відображає результат індивідуального й групового стилю поведінки, спілкування, організації життя та зумовлений ціннісними орієнтаціями на здоров'я, віковими особливостями й специфікою життєдіяльності [2].

Важливе місце серед усіх чинників здорового способу життя посідають соціальні. Вони пов'язані із життям та відносинами людей у суспільстві. Усі соціальні чинники ділять на такі групи:

- соціально-економічні, що зумовлюють види участі та відповідальність різних елементів соціально-економічних структур у формуванні здорового способу життя й зміцненні здоров'я своїх членів, створюють умови для трудової діяльності;
- правові, спрямовані на нормативне регулювання поведінки громадян, що пов'язана зі збереженням їх здоров'я;
- соціально-медичні, пов'язані з діагностикою хвороби та визначенням стану здоров'я, розробкою профілактичних заходів і рекомендацій зі зміцнення здоров'я;
- соціально-біологічні, пов'язані зі станом здоров'я залежно від спадковості, віку, статі, професії, місця проживання тощо;
- соціокультурні, залежні від сформованої в суспільстві культури здоров'я, форм організації дозвілля, популяризації здорового способу життя з урахуванням культурних особливостей різних груп населення;
- екологічні, пов'язані з навколишнім середовищем та раціональним використанням природних ресурсів;
- особистісні, пов'язані з розумінням самою людиною відповідальності за стан, підтримку, зміцнення свого здоров'я [14].

Наскільки важливим є здоровий спосіб життя для студентської молоді, було з'ясовано за допомогою соціологічного дослідження, проведеного серед студентів НТУ «ХП» під керівництвом авторів у 2017 р. Усього було опитано 355 студентів I–VI курсів НТУ «ХП». Оскільки опитування мало пілотний характер, його дані не є репрезентативними, але за їх допомогою можна визначити загальні уявлення студентської молоді про здоровий спосіб життя.

Серед усіх життєвих цінностей, запропонованих респондентам для вибору, безперечним лідером є цінність «здоров'я», її студенти поставили на перше місце за допомогою 83% своїх голосів. Досить важливими цінностями для всіх опитаних є сім'я й любов (75% та 58% відповідно). Ці три цінності позаду оставили активне життя (36%), цікаву роботу, успішну кар'єру, матеріальний добробут (по 33% кожна). Здоровий спосіб життя серед інших цінностей студентів посідає майже останнє місце (9%). Отримані дані продемонстрували великий розрив в уявленнях молодих людей між двома взаємозалежними цінностями: здоров'я та здоровий спосіб життя. Це може свідчити про те, що опитані не бачать прямого зв'язку між здоровим способом життя та здоров'ям. Останнє ми сприймаємо як наявний факт, певний стан організму, що характеризується відсутністю хвороби. Здоров'я в їх уявленнях відокремлене від повсякденної життєдіяльності, воно начебто не залежить від неї. Можна констатувати, що респонденти усвідомлюють цінність здоров'я, але не розуміють, що воно є результатом або може стати результатом здорового способу життя.

Аналіз даних анкетного опитування виявив розбіжності у відповідях чоловіків та жінок на запитання: «Що Ви найбільше цінуєте в житті?»

Жінки-респонденти вказали такі важливі для них життєві цінності, як сім'я (97%), здоров'я (86%), любов (71%). Для чоловіків-респондентів такими цінностями є здоров'я (80%), активне, діяльне життя (60%), матеріальний добробут (60%). Набір головних цінностей чоловіків та жінок є віддзеркаленням гендерних стереотипів, що сформувалися в нашому суспільстві: жінка – берегиня сімейного осередку, любляча жінка та мати; чоловік – захисник і добувач. Здоров'я в цьому випадку є тією цінністю, що об'єднала чоловіків та жінок. Опитані студенти обох статей вказали, що цінують здоров'я найбільше. Разом з тим частка жінок, які вказали на здоров'я, виявилась трохи більшою від частки чоловіків, які вказали на цю цінність. Здоровий спосіб життя жінки поставили на останнє місце (9%) серед інших цінностей. Тобто здоровий спосіб життя й здоров'я перебувають на протилежних полюсах ціннісної ієрархії жінок. У чоловіків здоровий спосіб життя хоча й не посідає останнього місця (20%), але також стоїть ближче до кінця списку, поділяючи це місце із цінностями творчість та успішна кар'єра. Здоровий спосіб життя виявився для них більш цінним, ніж професійна компетентність (9%) та суспільне визнання (7%).

Дослідження дало змогу з'ясувати думку опитаних студентів щодо головних характеристик здорового способу життя. Отримані дані свідчать, що відсутність шкідливих звичок (92%), заняття фізкультурою та спортом (83%), активний спосіб життя, добре харчування (кожна по 75%) є характеристиками такого способу життя, що сприяє здоров'ю. Молоді люди продемонстрували розуміння того, що здоровий спосіб життя й шкідливі звички, пасивний спосіб життя та відсутність занять спортом речі несумісні, але в реальному житті в конкретній поведінці більшість студентів демонструють протилежне. Така суперечність пов'язана з тим, що цінність здорового способу життя, як уже було зазначено, посідає останні позиції в системі цінностей студентів. Тобто суспільство змогло за допомогою різних комунікаційних каналів донести до молодих людей, що таке здоровий спосіб життя, але не змогло створити умов, щоб здоровий спосіб життя став їх реальністю.

Відповіді респондентів щодо чинників здорового способу життя дозволили виділити три групи факторів, що відрізняються мірою впливовості, за оцінками опитаних, на здоровий спосіб життя. Респонденти оцінювали міру впливу кожного чинника за п'ятибальною шкалою, де 5 – чинник здійснює найбільший вплив, 1 – чинник зовсім не впливає. Перша група складається із чинників, що, на думку студентів, справляють найбільший вплив. До групи потрапили фактори, що отримали від респондентів бали від 3,5 до 5: наявність якісного харчування, якість медичного забезпечення, доступність медичного забезпечення, умови проживання, власна ледачість, спосіб життя найближчого оточення, спосіб життя родини, частота стресів, загартування організму, доступність зайняття спортом. Друга група чинників, із середнім впливом від 1,7 до 3,4 балу, включає такі складові: навчальне навантаження, наявність спеціальних знань про здоров'я й здоровий спосіб життя, доступність інформації про здоровий спосіб життя. До третьої групи увійшли чинники з найнижчими балами від 1 до 1,6. До гру-



пи потрапив тільки один чинник – передачі по телебаченню, радіо про здоровий спосіб життя (1,3 бала). Аналіз відповідей чоловіків та жінок показав, що існують деякі розбіжності в їх поглядах на чинники здорового способу життя. Такі чинники, як навчальне навантаження, наявність спеціальних знань про здоровий спосіб життя та спосіб життя найближчого оточення, жінки зарахували до першої групи («сильних») чинників, чоловіки – до другої («середніх»). «Загартування організму» чоловіки вказали як «сильний» чинник, а на думку жінок, такий чинник має середнє значення (3,4 бала).

Як було з'ясовано, серед чинників, що мають вплив на здоровий спосіб життя студентів, є наявність спеціальних знань та доступність інформації про здоровий спосіб життя. У зв'язку із цим важливим є знання про те, яку саме інформацію хотіли б отримати молоді люди та за допомогою яких каналів. Дослідження показало, що половина респондентів хотіли б знати про раціональне харчування, методи профілактики сезонних захворювань і методи боротьби зі стресом та втомою. Третина респондентів зацікавлена в знаннях про діагностику свого фізичного стану і здоров'я, про надання першої медичної допомоги. Кожний п'ятий хотів би знати про методи профілактики хронічних захворювань і про культуру сексуальних відносин. Аналіз відповідей чоловіків та жінок показав розбіжності в поглядах на актуальну для них інформацію. Жінки більше, ніж чоловіки, зацікавлені в інформації про регулювання ваги й корекції фігури, раціональне харчування та методи профілактики стресу й втоми. Чоловіки більш за жінок зацікавлені в інформації про профілактику хронічних захворювань та культуру сексуальних відносин. Найбільш зручними каналами отримання інформації про здоровий спосіб життя для молодих людей, як показали результати дослідження, є статті в Інтернеті (83%), відео в Інтернеті (58%), а також друзі, одногрупники (58%).

**Висновки.** Таким чином, отримані в ході дослідження дані дають змогу говорити, що здоровий спосіб життя посідає найнижчі позиції в системі цінностей студентів НТУ «ХП». Дві взаємозалежні цінності: здоров'я та здоровий спосіб життя – розташовуються на великій відстані одна від одної в ціннісному континуумі молодих людей. Здоровий спосіб життя асоціюється в них з відсутністю шкідливих звичок, заняттям фізкультурою та спортом, активним способом життя, добрим харчуванням. Важливими чинниками здорового способу, на думку студентської молоді, є наявність якісного харчування, якості медичного забезпечення, доступність медичного забезпечення, умови проживання, власна ледачість, спосіб життя найближчого оточення, спосіб життя родини, частота стресів, загартування організму, доступність зайняття спортом, а також наявність спеціальних знань та доступність інформації про здоровий спосіб життя. Студенти зацікавлені в інформації про здоровий спосіб життя, і вона стосується, передусім, раціонального харчування, методів профілактики сезонних захворювань та боротьби зі стресом і втомою. Отримувати таку інформацію їм зручно за допомогою інтернет-ресурсів.

### Список використаної літератури

1. Завьялов А. Е. Формирование здорового образа жизни молодежи. URL: <http://www.disscat.com/content/formirovanie-zdorovogo-obraza-zhizni-molodezhi> (дата обращения: 12.03.2018).
2. Формування здорового способу життя молоді: проблеми і перспективи / О. Яременко, О. Балакірева, О. Вакуленко та ін. Київ : Український ін-т соціальних досліджень, 2000. URL: <http://www.health.gov.ua/health.nsf/> (дата звернення: 12.03.2018).
3. The sociology of health promotion Critical analyses of consumption, lifestyle and risk / ed. by Robin Bunton, Sarah Nettleton and Roger Burrows. London and New York : Routledge, 1995. 429 p.
4. Korp P. The symbolic power of «healthy lifestyles». *Health Sociology Review*. 2014. 127 p.
5. Tol A., Tavassoli E., Shariferad G. R., Shojaeezadeh D. Health-promoting lifestyle and quality of life among undergraduate students at school of health, Isfahan university of medical sciences. *Journal of Education and Health Promotion*. 2013. Feb. 28. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3778574/> (дата обращения: 12.03.2018).
6. Salari N., Farokhzadian J., Abazari F. Comparing health promotion behaviors of male and female high school students in Southeast of Iran. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*. 2017. Nov. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29168969> (дата обращения: 12.03.2018).
7. Статут (Конституція) Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995\\_599](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_599) (дата обращения: 12.03.2018).
8. Яворський А. І. Прикладна фізична підготовка офіцерів під час професійної адаптації до служби у збройних силах України, 2016. URL: [http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/6198/1/Yavorskyu\\_A\\_I.pdf](http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/6198/1/Yavorskyu_A_I.pdf) (дата обращения: 12.03.2018).
9. Щедрина А. Г. Онтогенез и теория здоровья. Новосибирск : Наука. Сиб. отделение, 1989. 135 с.
10. Селезньова О. О. Здоров'я молоді та формування здорового способу життя. URL: [https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page\\_id=2513](https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=2513) (дата обращения: 12.03.2018).
11. Малярчук Н. Н. Здоровый образ жизни. Тюмень : Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2008. 234 с.
12. Байдак Т. М., Болотова В. А. Ціннісні орієнтації особистості як система регуляторів поведінки індивіда в суспільстві. *Духовно-моральнісні основи та відповідальність особистості у долі людської цивілізації*: зб. наук. пр. за матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 5–6 листопада 2014 р., м. Харків. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. Ч. 2. С. 86–89.
13. Дурай-Новакова К. М. Формирование профессиональной готовности студентов к педагогической деятельности : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01. Москва, 1983. 20 с.
14. Мартыненко А. В. Социальная медицина. Москва : Юрайт, 2015. 245 с.

Стаття надійшла до редакції 28.04.2018.

---

### **Байдак Т. М., Болотова В. А. Здоровый образ жизни как жизненная ценность студенческой молодежи**

*В статье уточняются понятия: здоровье, образ жизни, здоровый образ жизни, факторы здорового образа жизни. Подчеркивается важность формирования в сознании студенческой молодежи представлений о здоровом образе жизни как эффективном средстве сохранения и укрепления здоровья. Приводятся данные конкретного социологического исследования, по результатам которого были описаны ценностные ориентации студентов (на примере НТУ «ХПИ») и место среди них здорового образа жизни, определены факторы здорового образа жизни, которые, по мнению студентов, являются наиболее важными.*

**Ключевые слова:** здоровье, образ жизни, здоровый образ жизни, ценность, ценностные ориентации, факторы здорового образа жизни.

**Baidak T., Bolotova V. Healthy Lifestyle as Student's Value**

*The article clarifies the concept of health, lifestyle, healthy lifestyle, factors of a healthy lifestyle. The healthy lifestyle is defined as a system of moral, spiritual, physical manifestations of personality in different spheres of activity, which reflects the attitude of man to himself, social environment, and nature from the standpoint of the health value. The healthy lifestyle contributes to maintaining the stability of the organism, maximal individual activity in everyday and professional activity.*

*A healthy lifestyle characterizes a certain type of individual behavior and is an indicator of the level of assimilation of health norms and rules. In order to build a strong and healthy society, it is necessary for the younger generation to be oriented towards the healthy lifestyle.*

*The components of a healthy lifestyle are motivationally-valuable, meaningful, procedural, emotionally-volitional components. Motivationally-valuable component of a healthy lifestyle characterizes the individual focus on the formation, maintenance and strengthening of individual health, taking into account the features of professional activity, understanding the importance of lifestyle for self-development, self-actualization, self-improvement. A meaningful component of a healthy lifestyle determines the presence a health knowledge, the level of mastering the practical skills and skills in implementing the principles of healthy lifestyles in different spheres of life. The procedural component characterizes individual behavior in specific life situations. The emotionally-volitional component of a healthy lifestyle provides manifestation of the volitional individual characteristics in goal achieving.*

*The article describes the results of a sociological study aimed at analyzing the value orientations of NTU «KhPI» students and determining the place of a healthy lifestyle among them, to find out the factors of a healthy lifestyle, which, in the opinion of students, are the most important.*

*The data obtained in the course of the study allowed us to say that a healthy lifestyle takes the lowest positions in the value system of students of NTU «KhPI». Two interdependent values: health and a healthy lifestyle are located at a great distance from each other in the value continuum of young people. A healthy lifestyle is associated with a lack of bad habits, physical and sport activities, good nutrition. Important factors of a healthy lifestyle, in the opinion of students, are high-quality food, the quality of medical care, availability of medical care, living conditions, family lifestyle, stress frequency and hardening of the body, availability of sports activities, and presence of special knowledge and availability of information about healthy lifestyles. Students are interested in information about healthy lifestyles and it concerns rational nutrition, methods of seasonal diseases preventing and combating stress and fatigue. Getting this information through Internet resources is convenient for them.*

**Key words:** *health, lifestyle, healthy lifestyle, value, value orientations, factors of a healthy lifestyle.*

Н. І. ГЛЕБОВА

## ПРОФЕСІЙНО-СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ (СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ)

*У статті розглянуто підходи до вивчення соціальної компетентності фахівців як інтегральної характеристики ефективності соціалізації особистості професіонала та умов інтеграції соціально затребуваних якостей міжособистісної соціальної взаємодії в інтеракції, ідентичності та презентації. Проаналізовано специфіку дослідження соціальних характеристик галузевого фахівця засобами соціології за результатами універсальними та інваріантними формами вияву соціально-професійної взаємодії. Встановлено перелік базових соціологічних маркерів якості успішних соціальних взаємодій і продуктивних співвідношень соціальної та професійної поведінки груп галузевих фахівців. Наведено результати соціологічного дослідження найбільш важливих параметрів та аналізу показників рейтингів важливості й реалізованості факторів (груп параметрів) професійної соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту.*

**Ключові слова:** соціальна компетентність, соціальна взаємодія, фахівці галузі водного транспорту, соціологічні параметри, соціологічне дослідження.

Сучасні соціологічні теорії дають змогу визнати соціальну компетентність членів тих чи інших професійних груп суттєвим фактором їх соціальної мобільності. Дослідження й розвиток чинників формування соціальної компетентності майбутніх фахівців як інтегративного показника ефективності їх професійно-соціальної взаємодії у виробничих умовах та відповідності особистісних якостей вимогам/очікуванням соціального середовища колективу певної галузі є актуальним і важливим напрямом професійної освіти. Наші наукові інтереси полягають у розкритті ресурсного потенціалу соціальної компетентності в процесі становлення майбутнього фахівця водного (морського) транспорту.

У низці наших попередніх праць [4; 19] ми констатували, що в сучасних зарубіжних дослідженнях соціальної компетентності спостерігаються досить різні підходи: розгляд проблеми соціальної взаємодії зосереджений на аспектах забезпечення власних інтересів особистості та її соціальної адаптації, здатності до інтеграції в суспільство й усвідомлення суспільних норм і цінностей, а більшість моделей виявлення соціальних компетентностей ґрунтується на засадах психології комунікації, моделюючи генезис соціально компетентної поведінки як раціонального процесу, що йде за циклом управління або регуляції індивідом своєї поведінки шляхом порівняння бажаного (цільового) стану з реальним (поточним) станом [4, с. 144–154]. Однак у більшості праць [1, с. 2–24] не розмежовують компетентність як потенціал і як поведінку, що ускладнює її розгляд як постійного атрибуту через «абстрагування стосовно різних ситуацій», асимілюючи в індивідуальних структурах параметри-цінності, що стосуються різних компетенцій [22, с. 141–153] і можливості розрізнення загальних та специ-

фічних соціальних компетенцій з урахуванням специфіки ситуацій. У соціологічній перспективі виокремлюють три фундаментальних підходи до соціальної компетентності: як форми організації соціального знання, як форми організації комунікативних навичок і як форми протидії незнанню, що є ознакою інтегративного поєднання розгляду соціальної взаємодії в інтеракції, ідентичності й презентації як соціально затребуваних якостей, що свідчать про соціальний предмет спрямування [24, с. 7–25; 13, с. 264–274].

Оскільки ключовими поняттями змістового наповнення поняття соціальної компетентності є «здатність», «спроможність», «готовність», а також такі ознаки, як успішна взаємодія, розв'язання проблемних ситуацій у процесі комунікацій та успішне виконання фахових соціальних ролей, практичний аспект характеристики соціальної компетентності фахівця передбачає ефективність реагування особистості й досягнення нею реальних цілей у певному соціальному контексті з використання відповідних для цього методів з орієнтацією на показники успішності та ефективності суб'єкта в контекстах чинників конкуренції. Соціологічний дискурс суб'єкт-суб'єктних взаємодій індивідів потребує й характеристики практичного ефекту виникнення «соціально-компетентних відносин» як нової суб'єктивної реальності в процесі групових взаємодій індивідів, що певним чином є формою знаходження індивідом балансу багатьох соціалізаційних аспектів, дає змогу включаючи до її маркерів власне якість соціальних взаємодій і говорити про розробку уніфікованих методик вимірів, що ґрунтуються на показниках, незалежних від різноманіття конкретних умов [24, с. 7–25].

Хоча інтерес українських фахівців до проблем фахової компетентності спеціалістів водного транспорту як важливого професійного ресурсу зачіпає достатньо широке коло вказаних вище аспектів, що засвідчується матеріалами соціологічних [17] і міждисциплінарних досліджень проблем галузевої професійної освіти й активізації людського ресурсу [15; 16], досі в багатьох аспектах даються взнаки методологічна неструктурованість і розмитість у підходах до вивчення форм соціальної взаємодії фахівців на тлі загальносвітоглядного й ціннісного наповнення гуманітарних освітніх програм сучасних навчальних закладів технічного спрямування. Оскільки сучасна професіоналізація є тим «соціальним механізмом», який «функціонує як засіб розвитку змісту праці» [12, с. 192], дослідження співвідношень соціальної та професійної поведінки груп галузевих фахівців як чинника вертикальної мобільності професіоналів дозволяє говорити про необхідність розробки інтегруючої моделі соціологічного супроводу розвитку соціально-професійної компетентності особистості професіонала в інтелектуальній, комунікативній, правовій, інформаційній, соціокультурній та інших сферах [5].

*Метою статті* є обґрунтування соціологічних параметрів і репрезентація результатів соціологічного дослідження розвитку соціально-професійної компетентності особистості майбутнього фахівця водного транспорту.

Грунтуючись на аналізі галузевих напрацювань та попередніх власних висновках (за матеріалами глибинних інтерв'ю з діючими представниками морських професій) [3; 4, с. 144–154], структурною базою вивчення професійної соціальної компетентності фахівців водного транспорту ми обрали модель дослідження соціальної компетентності У. Каннінга [21, с. 154–163], основна ідея якого полягає в розрізненні процесів розвитку й формування соціально компетентної поведінки на основі аналізу ситуації та вибору відповідних процедур поведінки в процесах моделювання поетапної структури дослідження з урахуванням таких аспектів:

- ситуації щодо мотивації індивіда в досягненні власних цілей у контексті особливостей та вимог соціального характеру;
- варіантів поведінки індивіда щодо вибору альтернативних рішень і їх використання в певній специфічній ситуації в контексті власного цілепокладання й вимог соціального середовища;
- реалізації передбачуваної поведінки шляхом використання набутих і розвинених навичок;
- 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 [22, с. 141–153].

Структурна модель соціальної компетентності У. Каннінга пов'язана з його структурною моделлю соціальних навичок, в якій у доповнення до перцептивно-пізнавальної сфери соціальної компетентності додається мотиваційно-емоційна, а також поведінкова сфера. Правомірність застосування обраного У. Каннінгом структурного підходу з огляду на збереження цілісності дослідження компетентності суб'єкта професійної діяльності через взаємозв'язок у ньому, скажімо, таких компонент, як: «відповідальність» – «просоціальність» – «самоконтроль», – підтверджується й аналізом фахових джерел щодо змісту та структури соціальної відповідальності в низці праць зарубіжних [11, с. 109–116] і вітчизняних авторів [2; 14], що дає змогу розглядати її не лише як суб'єктивно-оціночну категорію. Ідеться про створення в суб'єкта системи спеціальних знань, досить відмінних від загальних повсякденних знань, які дає більшість традиційних освітніх програм, і як про особливу соціальну практику (сукупність специфічних комунікацій і взаємодій, способів узгодження й оформлення соціальних смислів і дій), у межах якої формуються певні габітуси соціально орієнтованої свідомості фахівців (як диспозиції, що породжують і структурують практику носія певного знання, його уявлень і орієнтацій у соціальному просторі) і структура яких, у свою чергу «являє собою навчальні, культурні, моральні та інші практики» [9, с. 21–25]. Відтак, очевидна потреба в застосуванні інтегруючих методів вимірювання та уваги до процесів, у яких створюється соціально-компетентна поведінка в конкретних видах діяльності та до функцій окремих соціальних компетенцій (або їх взаємодії), що діють при створенні такої поведінки, тобто ідентифікації ознак через емпіричне виведення відповідних соціальних компетенцій, коли йдеться про специфічні компетенції, що стосуються лише цілком певних груп ситуацій [22].

Результати низки досліджень успішної професійної, міжособистісної, рольової взаємодії в професійному середовищі моряків у сучасних умовах [20; 23, с. 169–174] слугують підґрунтям вивчення соціальної компетентності фахівців морського флоту як соціальної складової професійного середовища й «морської професійної субкультури». Аналіз досліджень, у яких пов'язано структуру, зміст, специфіку професійної діяльності фахівців водного транспорту з розвитком її реалізацією соціально-психологічних якостей [7; 8; 10, с. 52–57], дозволяє говорити про різні структурні рівні суспільної та індивідуальної свідомості особистості майбутнього фахівця, яка забезпечує його професійну ефективність у їх цілісності. Системний розвиток у майбутніх офіцерів соціальних компетенцій як умови дотримання галузевих «стандартів і процедур у прийнятті рішень» [6; 18] потребує виокремлення й узагальнення широких соціальних характеристик галузевого фахівця засобами «морської соціології» за результуючими універсальними та інваріантними формами вияву соціальних компетентностей на кількох рівнях: 1) координації (оцінювання узгодженості, злагодженості та передбачуваності поведінки індивідів у груповій взаємодії); 2) кооперації (оцінювання результативності співпраці індивідів для досягнення спільної мети, творення корисних для функціонування групи та розвитку кожного її представника цінностей); 3) субординації (оцінювання ефективності відносин підлеглих та підпорядкування).



Рис. 1. Елементи соціальної компетентності фахівців водного транспорту

Пропоновані нижче результати отримані в ході соціологічного дослідження професійної соціальної компетентності (ПСК) майбутніх фахівців водного транспорту (студентів Херсонської державної морської академії – ХДМА,  $n=274$ ), виконаного за допомогою авторської анкети (Н. І. Глебова) [19, с. 239–252], що складається з пунктів (питань), які відображають елементи структури професійної соціальної компетентності та щодо яких (у шкалі Лайкерта) респонденти оцінюють міру реалізованості в

них параметрів соціальної компетентності й міру їх (параметрів) професійної важливості. Загалом у вимірюваній структурі соціальної компетентності налічується чотири великих блоки параметрів: соціально-комунікативної компетентності, моральної компетентності, толерантності та директивності-субординативності.

Блок параметрів соціально-комунікативної компетентності (див. [21]), у свою чергу, охоплює чотири групи параметрів: соціальну спрямованість (просоціальність, гнучкість перспективи, плюралізм цінностей/загальна толерантність, готовність до компромісів, емпатичність, уміння слухати й говорити), асертивність (наступальність, готовність до вирішення конфліктів, екстраверсія, рішучість), самокерування (самоконтроль, емоційна стабільність, гнучкість у діях, інтернальність), рефлексивність (самопрезентація, самоусвідомлення, усвідомлення власного впливу на інших, аналітична соціальна перцепція).

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.

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 специфічно професійний контекст соціальної компетентності фахівців водного транспорту.

**Наводимо загальні результати** соціологічного дослідження професійної соціальної компетентності фахівців водного транспорту.

*Характеристика вибірки.* Опитано 274 студентів ХДМА чоловічої статі, з них: студенти I курсу – 37,1%, II курсу – 21,7%, III курсу – 11%, IV курсу – 30,1%; контрактної форми навчання – 56,7%, бюджетної – 43,3%.

*Рейтинг важливості факторів (груп параметрів) професійної соціальної компетентності за оцінками майбутніх фахівців водного транспорту* має такий вигляд: найважливішими факторами є субординативність (здатність до прийняття адміністративного впливу) і директивність (здатність до вчинення адміністративного впливу) та диференційна толерантність (расова, національна, релігійна, сексуальна), менш важливі – фактори соціально-комунікативної компетентності й моральної компетентності.

*Рейтинг реалізованості факторів (груп параметрів) професійної соціальної компетентності за оцінками майбутніх фахівців водного транспорту* має схожий вигляд: найбільш реалізованими/виявленими факторами є субординативність і директивність та диференційна толерантність (статистично однаковий рівень реалізованості), менш реалізовані – фактори соціально-комунікативної компетентності та моральної компетентності з однаковим рівнем реалізованості.

Якщо «укрупнити» структуру ПСК за рахунок соціально-комунікативної компетентності, то рейтинг реалізованості факторів ПСК виглядатиме так: найбільш реалізованими/виявленими факторами є субор-



динативність і директивність, толерантність, рефлексивність, менш реалізовані – фактори моральної компетентності, самокерування й асертивності, найменш виявлений – фактор соціальної спрямованості (рис. 2).

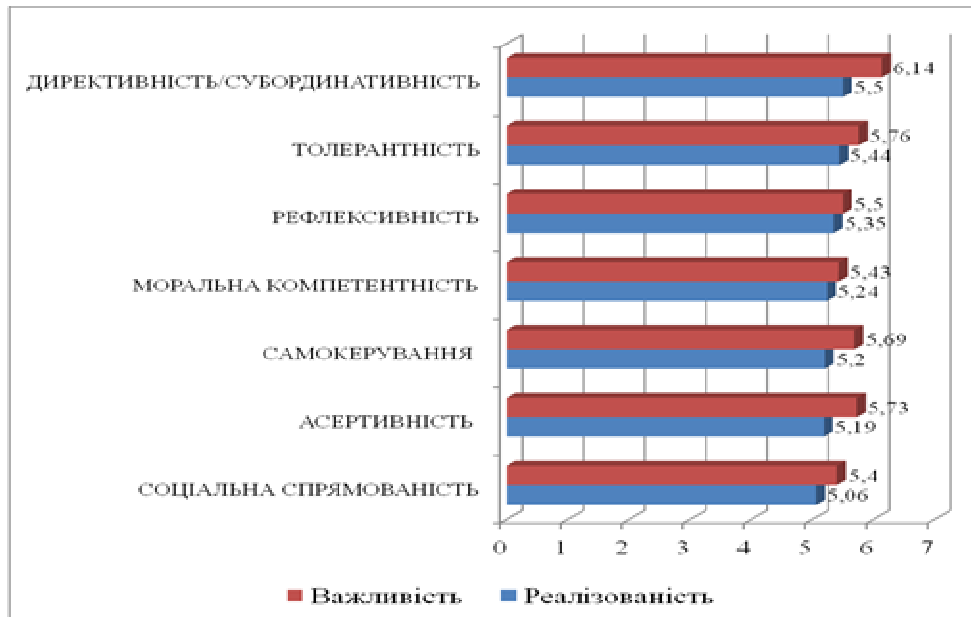


Рис. 2. Оцінки важливості та реалізованості основних факторів професійної соціальної компетентності студентів

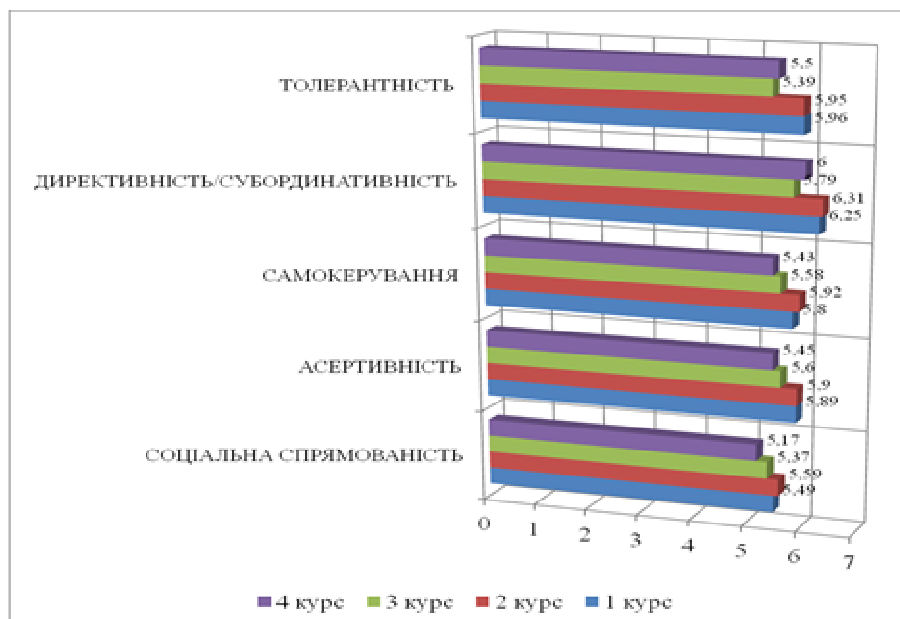


Рис. 3. Оцінки важливості факторів професійної соціальної компетентності та курс навчання студентів

Оцінки реалізованості факторів ПСК у студентів різних курсів статистично однакові (відсутні значущі відмінності), а оцінки важливості (рис. 3) факторів ПСК залежать від курсу навчання (крім моральної компетентності та рефлексивності). Загальна тенденція така: порівняно зі студентами I та II курсів, оцінки важливості факторів ПСК у студентів III і IV курсів значею нижчі (за критерієм Краскела-Уоллеса,  $p \leq 0,05$ ).



Рис. 4. Рейтинг оцінок найбільш важливих параметрів професійної соціальної компетентності студентів

На думку студентів (рис. 4), найбільш важливими параметрами професійної соціальної компетентності є, зокрема, субординативність і директивність, а також толерантність (національна, расова, релігійна, але не сексуальна), деякі параметри моральної компетентності (відповідальність і самокритичність) та такі параметри соціально-комунікативної компетентності, як вміння ефективно говорити й слухати інших, гнучкість у діях і вчинках, рішучість, самоконтроль, емоційна стабільність, просоціальність (альтруїзм) та екстраверсія («контактність»).

Найбільш реалізованими/виявленими параметрами професійної соціальної компетентності студентів (рис. 5) є толерантність (расова, національна, релігійна), ряд параметрів моральної компетентності (мужність – готовність відстоювати те, що правильно або справедливо, відповідальність, вірність слову), субординативність та директивність і такі аспекти соціально-комунікативної компетентності, як вміння ефективно слухати інших, асертивність (вміння наполегливо проводити свою лінію, домагатися своїх цілей), аналітична соціальна перцепція (вміння пізнавати й оцінювати інших людей, уважно спостерігаючи за ними), самоусвідомлення, самоконтроль.

Майже половина (47,2% від загальної кількості) оцінок важливості параметрів професійної соціальної компетентності та четверта частина (25%) оцінок реалізованості ПСК залежні від курсу навчання студентів (критерій Краскела-Уоллеса,  $p \leq 0,05$ ).

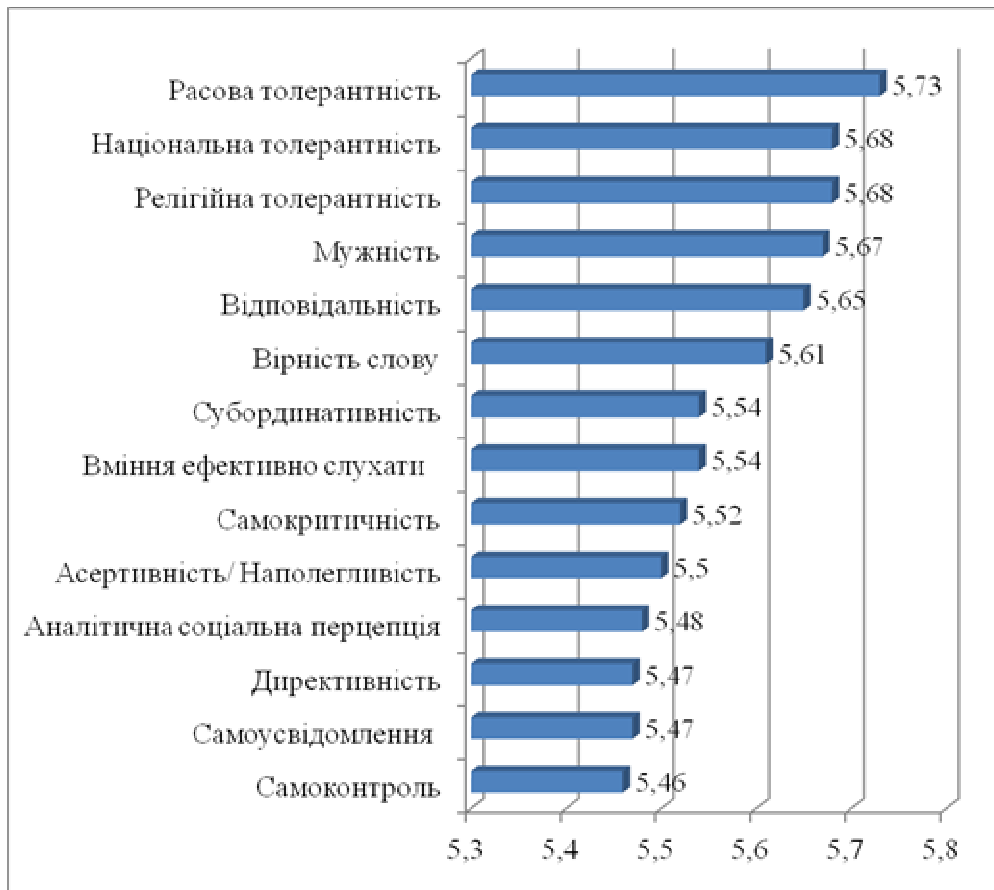


Рис. 5. Рейтинг оцінок найбільш реалізованих параметрів професійної соціальної компетентності студентів

Детальний аналіз цієї картини не є завданням нашого дослідження, вкажемо лише, що міра реалізованості найбільш важливого, на думку студентів, фактора СПК «Директивність і субординативність» не залежить від курсу навчання студентів.

Як впливає на оцінки важливості та реалізованості параметрів СПК форма навчання, наявність серед родичів представників морських професій, тип помешкання студентів?

*Форма навчання (контрактна/бюджетна)* студентів майже не впливає на їх оцінки важливості та реалізованості СПК. Разом з тим, «контрактники» вважають національну толерантність більш важливою, ніж «бюджетники». Студенти, які навчаються за контрактом, порівняно з тими, які навчаються за державним замовленням, значущо вище оцінюють реалізованість ними таких параметрів СПК, як готовність розв'язувати конфлікти та прийняття критики й зворотного зв'язку, і нижче оцінюють реалізованість аналітичної соціальної перцепції.

*Наявність серед родичів студентів представників морських професій* справляє дещо більший вплив на їх оцінки важливості та реалізованості СПК. Так, ті студенти, які мають родичів – представників морських професій, порівняно зі студентами, у яких немає таких родинних зв'язків, вважають більш важливими параметрами СПК готовність до компромісів, емоційну стабільність, гнучкість у діях і вчинках, прийняття критики й зворотного зв'язку. Вони також значущо вище оцінюють реалізованість

ними таких параметрів СПК, як емоційна стабільність і управління самопрезентацією, та нижче оцінюють реалізованість ними параметрів гнучкості перспективи й національної толерантності.

*Студенти, які мешкають у гуртожитку*, порівняно зі студентами, які живуть в окремій квартирі, значущо вище цінують такі параметри моральної компетентності, як цілісність/автентичність (здатність чинити відповідно до своїх принципів, цінностей і переконань) та поблажливість (здатність пробачити іншим людям їх помилки). Вони також значущо нижче оцінюють реалізованість ними таких параметрів СПК, як просоціальність (альтруїзм), рішучість, прийняття критики й зворотного зв'язку, інтернальність, управління самопрезентацією, відповідальність.

**Висновки.** За результатами соціологічного дослідження професійної соціальної компетентності майбутніх фахівців водного транспорту встановлено:

1. Найважливішими *факторами* професійної ПСК, за оцінками майбутніх фахівців водного транспорту, є субординативність і директивність та диференційна толерантність (расова, національна, релігійна, сексуальна), менш важливі – фактори соціально-комунікативної та моральної компетентностей. Найбільш реалізованими/виявленими факторами ПСК, за оцінками студентів, є субординативність і директивність та диференційна толерантність, менш реалізовані – фактори соціально-комунікативної компетентності та моральної компетентності з однаковим рівнем реалізованості.

2. Оцінки реалізованості факторів ПСК у студентів різних курсів статистично однакові, а оцінки важливості факторів ПСК залежать від курсу навчання (крім моральної компетентності та рефлексивності). Загальна тенденція така: порівняно зі студентами I та II курсів, оцінки важливості факторів ПСК у студентів III і IV курсів статистично значуще нижчі.

3. Найважливішими *параметрами* ПСК є, щонайперше, субординативність і директивність, а також диференційна, деякі параметри моральної компетентності (відповідальність і самокритичність) та такі параметри соціально-комунікативної компетентності, як уміння ефективно говорити й слухати інших, гнучкість у діях і вчинках, рішучість, самоконтроль, емоційна стабільність, просоціальність та екстраверсія.

4. Найбільш реалізованими/виявленими *параметрами* ПСК студентів є диференційна толерантність, низка параметрів моральної компетентності (мужність, відповідальність, вірність слову), субординативність та директивність, і вибрані аспекти соціально-комунікативної компетентності – уміння ефективно слухати інших, асертивність, аналітична соціальна перцепція, самоусвідомлення, самоконтроль.

5. Майже половина оцінок важливості параметрів професійної соціальної компетентності та четверта частина оцінок реалізованості ПСК залежні від курсу навчання студентів. Відзначимо, що міра реалізованості найбільш важливого, на думку студентів, фактора СПК «Директивність і субординативність» не залежить від курсу їх навчання.

6. На оцінки студентами важливості та реалізованості параметрів їх СПК впливає форма навчання, наявність серед родичів представників морських професій, тип житла, у якому вони мешкають.

**Список використаної літератури**

1. Байков Ю. Н., Егоров Д. Е. Диагностика социальной компетентности. Результаты апробации диагностического комплекса. *Журнал прикладной психологии*. 2002. № 6. С. 12–24.
2. Безрукова О. А. Відповідальність в сучасному світі: соціологічні інтерпретації та емпіричні студії : монографія. Запоріжжя : Вид-во «Хортицький національний навчально-реабілітаційний багатопрофільний центр», 2015. 308 с.
3. 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 02.12.2016).
4. Глебова Н. І. Соціальна компетентність фахівців водного транспорту в соціологічних вимірах. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2018. Вип. 77. С. 144–154.
5. Зимняя И. А. Единая социально-профессиональная компетентность выпускника университета: понятие, подходы к формированию и оценке : раздаточный материал для проведения занятий. Москва : Государственный технологический университет «Московский институт стали и сплавов», 2008. 54 с.
6. Истомина О. А., Орлова М. Ю. Морские экипажи: опыт социально-психологического изучения. Владивосток : Мор. гос. ун-т, 2005. 142 с.
7. Корольчук М. С. Психофізіологія працездатності корабельних спеціалістів в екстремальних умовах : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.02. Київ, 1996. 399 с.
8. Криворучко П. П. Психологічне забезпечення професійної діяльності корабельних спеціалістів у тривалому плаванні : дис. ... канд. психол. наук : 20.02.02. Київ : КВГІ, 2006. 263 с.
9. Нечитайло І. С. Системно-кодова концепція взаємодії суспільства та освіти : автореф. дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.04, Київ, 2017. 39 с.
10. Орлова М. Ю. Социальная и социально-психологическая компетентность личности профессионала. *Вестник МГУ им. Г. И. Невельского*. 2003. № 4. С. 52–57.
11. Панарин И. А., Очнев В. В., Шлегель А. В. Психология социальной ответственности: современное состояние и подходы. *Социальная политика и социология*. 2012. № 8. С. 109–116.
12. Погрібна В. Л. Соціологія професіоналізму : монографія. Київ : Алерта : КНТ : ЦУЛ, 2008. 336 с.
13. Ручка А. О. Компетентність як ресурс життєвої активності. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2017. С. 264–274.
14. Степаненко В. Безвідповідальне суспільство? *Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін* / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2009. 560 с.
15. Соціально-економічні, соціально-педагогічні та соціально-психологічні проблеми морської освіти : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (Мелітополь, 14–16 червня 2012 р.) / за заг. ред В. О. Чигрина, Є. П. Масюткіна. Мелітополь : Колор Принт, 2013. 160 с.
16. Теорія і практика самоменеджменту психофізичних станів моряка з активізації людського ресурсу та вирішення проблеми аварійності на флоті : монографія / Т. Г. Зайцева, В. Ф. Ходаковський, за ред. Т. Г. Зайцевої. Херсон : ХДМА, 2012. 136 с.
17. Чигрин В. А. Отчет по результатам опроса студентов КГМТУ (Керчь, апрель 2011 г.). Керчь : КГМТУ, 2011. 128 с.
18. Шафран Л. М., Псядло Э. М. Теория и практика профессионального психофизического отбора моряков. Одесса : Феникс, 2008. 292 с.
19. Social competency of the professional groups of water transport experts: constitutionalization of a sociological research. *Sociological discourse. European political and law discourse*. Berostav Družstvo, Praha, 2018. Vol. 5. Issue 2. P. 239–252.
20. Kahveci E., Lane T., Sampson H. Transnational Seafarer Communities. Cardiff University, 2002. Available at [http://www.sirc.cf.ac.uk/6\\_Multinational\\_Crews.aspx](http://www.sirc.cf.ac.uk/6_Multinational_Crews.aspx) (дата звернення: 12.03.2018).

21. Kanning U. Soziale Kompetenz – Definition, Strukturen und Prozesse. *Zeitschrift für Psychologie*. 2002. № 210 (4). S. 154–163.

22. Kanning U., Horenburg M. Social Competence – an Overview of Contemporary Research and Practice. *Вісник Одеського національного університету. Психологія*. 2014. Т. 19. Вип. 2. С. 141–153.

23. Kilic K., Tavacioglu L., Bolat P. Influence of Emotional Intelligence on the Work Performance of Seafarers. *Marine Navigation and Safety of Sea Transportation STCW, Maritime Education and Training (MET), Human Resources and Crew Manning, Maritime Policy, Logistics and Economic Matters Edited by Tomasz Neumann CRC Press*. 2013. P. 169–174.

24. Kurtz Thomas. Der Kompetenzbegriff in der Soziologie. *Soziologie der Kompetenz*. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Wiesbaden). 2010. 294 Seiten. P. 7–25.

Стаття надійшла до редакції 22.05.2018.

### **Глебова Н. И. Профессионально-социальная компетентность будущих специалистов водного транспорта (социологическое исследование)**

*В статье рассмотрены подходы к изучению социальной компетентности специалистов как интегральной характеристики эффективности социализации личности профессионала и условия интеграции социально востребованных качеств межличностного социального взаимодействия в интеракции, идентичности и презентации. Проанализирована специфика исследования социальных характеристик отраслевого специалиста средствами социологии по результирующим универсальным и инвариантным формам проявления социально-профессионального взаимодействия. Установлен перечень базовых социологических маркеров качества успешных социальных взаимодействий и производительных соотношений социальной и профессиональной поведения групп отраслевых специалистов. Рассмотрены результаты социологического исследования наиболее важных параметров и анализа показателей рейтингов важности и реализуемости факторов (групп параметров) профессиональной социальной компетентности будущих специалистов водного транспорта.*

**Ключевые слова:** социальная компетентность, социальное взаимодействие, специалисты отрасли водного транспорта, социологические параметры, социологическое исследование.

### **Hlebova N. Professional and Social Competence of Future Specialists in Water Transport (Sociological Research)**

*The article examines approaches to the study of the social competence of specialists as an integral characteristic of the effectiveness of the socialization of the personality of a professional and the achievement of real goals in a particular social context and the conditions for the integration of the socially claimed qualities of interpersonal social interaction in interaction, identity and presentation. The specificity of the study of social characteristics of a branch specialist by means of sociology is analyzed. The resulting universal and invariant forms of manifestation of social and professional interaction are analyzed. The basic elements of the process of realization of socio-psychological qualities of different structural levels of the social and individual consciousness of the personality of the future specialist are determined, which ensures its professional efficiency in their integrity. The list of basic sociological markers of the quality of successful social interactions, solution of problem situations in the communication process and successful fulfillment of professional social roles for water transport specialists is established.*

*The applied model of the study of factors influencing the formation of professional social competence of future specialists of water transport on the basis of unified measurement methods and the use of indicators independent of the variety of specific conditions is substantiated.*

*According to the results of sociological research of the most important parameters and consideration of indicators of importance of the importance and implementation of factors (groups of parameters) of professional social competence of future specialists in water transport, the factors of formation of productive relations of social and professional behavior of groups of industry specialists are analyzed.*

**Key words:** social competence, social interaction, experts in the field of water transport, sociological parameters, sociological research.

Ю. В. ЄРЕМЕНКО

## ОБДАРОВАНІ УЧНІ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА (НА ПРИКЛАДІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ)

*У статті на основі аналізу даних соціологічного дослідження доведено, що обдарованих учнів можна розглядати як ресурс розвитку сучасного суспільства. Показано, що вони відрізняються від своїх ровесників, які закінчують загальноосвітні школи, більш активною життєвою позицією та прагматичним підходом до професійного самовизначення. При виборі майбутньої професії найбільш значущими для обдарованих учнів є: інтерес до конкретної спеціальності, її відповідність їхнім індивідуальним здібностям, а також можливості особистісного розвитку. Випускники ліцеїв та гімназій, як і старшокласники загальноосвітніх шкіл, які навчаються на «відмінно» і «добре», характеризуються високою самооцінкою й устремліннями до кар'єрного зростання.*

**Ключові слова:** обдаровані учні, ресурс розвитку, професійне самовизначення, професійні плани, цінності.

Протягом останніх десятиліть державна політика багатьох країн зорієнтована на обдарованих дітей як на ресурс свого розвитку. Спеціалісти з математичної статистики, застосовуючи закон нормального розподілення, вважають, що в будь-якій популяції загальне число нормальних осіб перебуває в межах 68–70%, суттєві відхилення в обидві сторони становлять по 15–16% [2]. Більшість учених оцінюють кількість обдарованих дітей від 1–2% до 20% від загального числа дітей [1]. Але саме вони містять значний потенціал для інноваційних проривів у розвитку країн. Поряд із цим системного підходу до використання потенціалу таких дітей не розроблено. Часто він має дискретний характер та характеризується невідповідністю психологічного, педагогічного, соціального супроводу.

Питання обдарованості завжди привертало увагу вчених. Так, психологічні дослідження обдарованості базуються на концептуальних підходах і принципах психології здібностей, чії основи закладені в працях В. М. Дружиніна, Є. А. Клімова, К. К. Платонова, С. Л. Рубінштейна, Б. М. Теплова, М. А. Холодної, В. Д. Шадрикова та ін. Усебічному вивченню проблеми обдарованості, сутності цього поняття сприяли праці Дж. Гілфорда, І. Іпенбурга, Ф. Монкса, Ч. Спірмена, Л. Торндайка, Е. П. Торренса, В. Штерна та ін.

Учені в результаті тривалих досліджень намагаються надати більш розгорнуту характеристику обдарованих, виокремити особливості таких особистостей. Однак, у вітчизняній соціологічній літературі проблема обдарованості, її сутності та змісту, впливу соціальних факторів на розвиток обдарованих учнів у широкому плані недостатньо розроблена. Особливий інтерес становить портретування цієї категорії учнів, виявлення їхніх уподобань та ціннісних орієнтацій у контексті їхнього співвідношення із соціальним ціннісним полем тощо, що може мати значення для розкриття й реалізації потенціалу обдарованих учнів для суспільства.

**Мета статті** – виявити ключові цінності та професійні орієнтації обдарованих учнів з погляду їхньої ресурсної значущості для сучасного суспільства (на прикладі Харківського регіону).

Як відомо, цінності та ціннісні орієнтації становлять базу світосприйняття та життєдіяльності будь-якої людини. Тому розуміння ключових цінностей обдарованих учнів дає можливість робити висновки щодо тієї основи, на якій вони будуватимуть майбутнє. Як показало наше дослідження (дослідження проведено у вересні-грудні 2016 р.; анкетуванням були охоплені учні старших класів ( $n=400$ ) та випускники загальноосвітніх шкіл і навчальних закладів нового типу (ліцеїв та гімназій) ( $n=120$ ) м. Харкова), серед провідних цінностей старшокласники загальноосвітніх шкіл на перше місце поставили сімейне щастя (72%), на друге – самореалізацію (56%), на третє – освіченість (49%). Нижчі рядки зайняли спокій (11%), влада (6%) і слава (4%). Учні навчальних закладів нового типу (гімназії та ліцеї) більш за все цінують самореалізацію, свободу й незалежність, користь для суспільства.

Очевидно, що в обдарованих учнів більше, ніж у звичайних, сформована цінність користі для суспільства – це є позитивним фактом для останнього. Відповідно, можна стверджувати, що в поєднанні з важливістю для самореалізації цей факт набуває особливої значущості, його можна розглядати як значний ресурсний потенціал регіону.

Дослідження також показало, що для учнів ліцеїв і гімназій дещо більшу значущість мають активне діяльне життя, життєва мудрість, інтелектуальний розвиток, освіченість, краса природи та мистецтва. Менший середній бал набрали розваги, свобода, матеріально забезпечене життя. Останні оцінки розподілились приблизно однаково в усіх групах опитаних.

Враховуючи потенціал обдарованих учнів, додатково було поставлено запитання щодо суспільно корисної праці: «Чи хотіли б Ви жити, не займаючись суспільно корисною працею, якби така можливість була?» Третина опитаних категорично відповіла негативно, 45% опитаних важко було відповісти, а у 20% відповідь була позитивною (стверджувальною). Порівняльний аналіз показав, що серед випускників ліцеїв і гімназій таких потенціальних «соціальних ледарів» виявилось значно менше – 17%.

Безумовно, позиція старшокласників відповідає прагматичним установкам молодого покоління. Поряд з цим можемо констатувати більшу орієнтованість обдарованих учнів на суспільну значущу діяльність. Цей факт ще раз підтверджує, що обдаровані учні потребують особливої уваги, бо ресурсно становлять важливий сектор розвитку суспільства.

Важливою складовою в життєвих стратегіях обдарованих учнів є бачення свого майбутнього. На запитання «Як Ви дивитесь у своє майбутнє?» 50% відповіли, що з впевненістю й оптимізмом, 39% – зі змішаними відчуттями, 6% – з невпевненістю та тривогою, 4% не замислювались над цим. Поряд з цим рівень соціального оптимізму учнів ліцеїв та гімназій суттєво відрізняється від середніх даних вибірки всього масиву опитаних. Тут виявлено статистичну залежність між змінними: «Як Ви оцінюєте свої інтелектуальні здібності» і «Як Ви дивитесь у своє майбутнє».



Варто зауважити, що одним з ключових моментів самореалізації обдарованих учнів є їхнє професійне майбутнє. За даними нашого дослідження, головним критерієм, що визначає вибір майбутньої професії, для більшості старшокласників є інтерес до конкретної спеціальності (81%). На другому місці – варіант відповіді «професія відповідає моїм схильностям і здібностям» (45%), на третьому – «професія гарантує мені в майбутньому зайнятість» (31%). Кожний п'ятий респондент зазначив важливість престижу професії, яку він обирає, і високої зарплати, яку отримують випускники з відповідним дипломом (по 21%). Очевидно, що акценти на відповідності професійної діяльності схильностям та інтересам можуть стати важливим фактором посилення ресурсного потенціалу регіону.

Одним з напрямів нашого дослідження стало виявлення професійних планів випускників і визначення їхньої вірогідної територіальної мобільності з метою здобуття бажаної професійної освіти. За результатами опитування, третина респондентів, які навчаються в загальноосвітніх закладах, ще не замислювалась над цим, п'ята частина однозначно збирається працювати у своєму місті або регіоні, 7% планують навчатися в іншій країні. Серед випускників ліцеїв та гімназій таких уже 12% опитаних. Отже, підтвердилась закономірність: чим вищою є успішність, тим більше число «потенційних мігрантів». У зв'язку із цим особливо важливим є вирішення проблеми утримання від від'їзду обдарованих молодих людей, що можуть приносити користі місту й регіону більше, ніж черговий інвестиційний проект. На наш погляд, загалі всі витрати на роботу з обдарованим підлітками потрібно розглядати як інвестиції в майбутнє міста, регіону, країни.

Згідно з даними соціологічного дослідження, проведеного серед учнів випускних класів Інститутом обдарованої дитини «Проблеми розвитку обдарованих дітей» у 2012 р., більша частина талановитої молоді за кордоном планують займатися наукою в обраній сфері або розвиватись у межах своєї професії, тоді як в Україні серед опитаних 14% планують займатися бізнесом і торгівлею, а 14% – займатися політикою [3, с. 70–71].

Такі акценти вказують й на те, які напрями будуть активно розвиватися в майбутньому завдяки сучасним учням в Україні та за кордоном. І дані дослідження опосередковано демонструють потенційну втрату ресурсу формування інформаційного суспільства в Україні.

У ході дослідження ми виявили ті характеристики майбутньої професійної діяльності, які привертають увагу молодих людей. Серед найбільш важливих старшокласники назвали високий рівень оплати праці (57%), можливості для особистісного зростання й розвитку (35%), гарні умови праці (34%), можливість зробити кар'єру (33%). Мінімум балів набрали невисокий рівень навантаження (8%), повага з боку оточення (9%), добрі стосунки з керівництвом (13%). Для учнів ліцеїв та гімназій більш значущими, ніж для інших категорій респондентів, виявились можливості особистісного зростання й розвитку (51% проти 35% відповідно в середньому по виборці).

Ці дані свідчать про необхідність відповідних мотиваційних факторів для максимального розкриття потенціалу обдарованих учнів та зниження рівня їхньої націленості до зовнішньої міграції.

**Висновки.** Отже, результати дослідження можна підсумувати таким чином:

1. Випускники ліцеїв та гімназій відрізняються від своїх ровесників, які закінчують загальноосвітні школи, більш активною життєвою позицією й прагматичним підходом до професійного самовизначення.

2. При виборі майбутньої професії найбільш значущими для обдарованих випускників основними критеріями є інтерес до конкретної спеціальності, її відповідність їх індивідуальним здібностям, а також можливості особистісного розвитку.

Загалом результати дослідження демонструють реальний потенціал обдарованих учнів як ресурсної бази розвитку сучасного суспільства. Поряд з цим сьогодні існують і зони ризиків, що потребують уваги влади та суспільства для «їхньої мінімізації».

#### **Список використаної літератури**

1. Давидова Л. Про основні засади державної підтримки обдарованих дітей та молоді на Україні [Проект закону України]. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JD3FR00A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JD3FR00A.html) (дата звернення: 19.03.2016).

2. Савенков А. И. Детская одаренность. URL: [http://adalin.mospsy.ru/l\\_01\\_12.shtml](http://adalin.mospsy.ru/l_01_12.shtml) (дата обращения: 19.03.2016).

3. Сагалакова А. Б., Соколовська Н. Б. Специфіка соціально-психологічних проблем обдарованих випускників України. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2013. № 2. С. 68–72.

*Стаття надійшла до редакції 20.04.2018.*

---

#### **Еременко Ю. В. Одаренные ученики как ресурс развития современного общества (на примере Харьковского региона)**

*В статье на основе анализа данных социологического исследования доказано, что одаренные ученики могут рассматриваться как ресурс развития современного общества. Показано, что они отличаются от своих сверстников, которые заканчивают общеобразовательные школы, более активной жизненной позицией и прагматичным подходом к профессиональному самоопределению. При выборе будущей профессии наиболее значимыми для одаренных учащихся являются: интерес к конкретной специальности, ее соответствие их индивидуальным способностям, а также возможности личностного развития. В выпускники лицеев и гимназий, как и старшеклассники общеобразовательных школ, обучающихся на «отлично» и «хорошо», характеризуются высокой самооценкой и устремлениями к карьерному росту.*

**Ключевые слова:** одаренные ученики, ресурс развития, профессиональное самоопределение, профессиональные планы, ценности.

#### **Yeremenko Yu. Gifted Students as a Resource for the Development of Modern Society (by the Example of the Kharkov Region)**

*In the article, based on the analysis of data from a sociological survey conducted in September-December 2016 in Kharkov, it is proved that gifted pupils can be considered as a resource for the development of modern society. That conclusion is made on the basis of measurement of such indicators as: values and value orientations, features of professional self-determination, key parameters of future professional activity and others. It is shown that self-realization, freedom and independence, the benefits for society are the basic values for gifted pupils. For pupils of secondary schools the most important are: family, self-realization, education. The great orientation of gifted pupils to socially significant activity is stated:*

*among them there are much fewer «social loafers» than among pupils of general education schools. It's demonstrated that pupils are distinguished from their peers who finish general education schools, a more active life position and a pragmatic approach to professional self-determination. They are more optimistic than pupils in general education schools. When gifted pupils choosing a future profession, the most significant for them are: interest in a particular profession, its correspondence to their individual abilities, as well as job security in the future. Graduates of lyceums and gymnasiums, as well as senior pupils of general education schools who study «excellent» and «good», are characterized by high self-esteem and aspirations for career growth. Among the characteristics of the future professional activity that are important for gifted students, the most significant are the high level of wages, opportunities for personal growth and development, good working conditions, the opportunity to pursue a career, etc. The study has made it possible to outline some problem areas requiring their attention for using the potential gifted students in modern society. In particular, the regularity was confirmed: the higher the level of educational achievements, the greater the number of «potential migrants». Data indicate the need to use the appropriate motivational factors to maximize the potential of gifted pupils and to reduce their level of focus on external migration. This will make it possible to use the potential of gifted pupils for the development of the region and the country.*

**Key words:** *gifted pupils, development resource, professional self-determination, professional plans, values.*

Н. О. КОДАЦЬКА

## ПОЛІТИЧНА СВІДОМІСТЬ: ГЕНДЕРНИЙ АНАЛІЗ

*У статті розглянуто особливості формування економічної свідомості в гендерному розрізі. Досліджено елементи індивідуального та масового економічного мислення. Проведено аналіз вибору моделі економічної поведінки, що визначається умовами життєдіяльності людини: рівнем освіти, виховання, культури, соціальним оточенням, економічним досвідом, індивідуальними характеристиками особистості, віком та статтю. Встановлено рівень економічного мислення й фінансової грамотності населення України на основі загальнонаціонального репрезентативного опитування, проведеного в межах проекту Агентства США з міжнародного розвитку USAID «Міжнародні партнерства заради стабільності фінансового сектору».*

**Ключові слова:** гендерні особливості, економічна свідомість, облік доходів та витрат, стратифікація економічного мислення, фінансова інклюзія.

Пошук ефективних шляхів соціально-політичного розвитку України викликає значний інтерес до гендерних аспектів проблеми формування та розвитку політичної свідомості, диференціації й інтеграції жіночого та чоловічого політичного мислення. Ця проблема має як теоретичну, так і практичну актуальність, оскільки будь-яка політична ситуація не може бути гендерно нейтральною. Найбільш ефективним для розв'язання політичних колізій є налагодження взаємодії представників чоловічої й жіночої статі, їх рівноправних та партнерських відносин у соціальній взаємодії.

Необхідно зауважити що процес становлення гендерної рівності проходить складний етап щодо всезагального визнання та впровадження в більшості країнах світу. Нівелювання гендерних аспектів розвитку суспільства призводить до посилення соціально-економічної диференціації населення залежно від статі, невідповідності фактичних можливостей жінок та чоловіків, задекларованої рівності статей як основи демократичного суспільства. Крім того, існування гендерної нерівності сповільнює можливості економічного зростання, послаблює систему державного управління та знижує ефективність політичної діяльності суспільства в цілому.

Дослідженню гендерних аспектів політичної свідомості присвячено наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: Дж. Батлер, Ш. Бенхабіб, В. Галаган, Н. Грицяк, І. Дойчман, І. Жеребкіна, А. Йанг, А. Йонасдоттир, М. Карл, О. Катан, Ю. Ковалевська, Н. Ковальська, О. Козуля, О. Кремльова, Д. Кул, О. Кулачек, Т. Мельник, І. Міроненко, С. Павличко, К. Пейтман, Дж. Рінг, К. Санстейн, Дж. Скотт, Е. Філліпс, Н. Фрейжер, Н. Шевченко, М. Шенл, Л. Шумрикова.

Серед сучасних досліджень гендерних аспектів політичної діяльності можна виділити праці І. Жерьобкіної, Н. Лавриненко, Т. Мельник, М. Палуді, О. Скар, які аналізують гендерні ролі й стереотипи, вивчають гендерні особливості політичного лідерства.

Проблема підвищення рівня політичної свідомості сучасного суспільства сьогодні потребує ґрунтовного вивчення, оскільки загальний рівень політичної активності населення, особливо його жіночої частини, підлягає

коригуванню та подальшому розвитку. Разом з тим необхідно зауважити, що досліджень, спеціально присвячених аналізу впливу гендерних особливостей на процес формування політичної свідомості в сучасному суспільстві, сьогодні недостатньо, що викликає необхідність зосередитись на цьому питанні більш ретельно.

*Метою статті* є розкриття особливостей формування політичної свідомості в гендерному розрізі, дослідження елементів індивідуального та масового політичного мислення, а також проведення аналізу вибору моделі економічної поведінки, що визначається умовами життєдіяльності людини: рівнем освіти, виховання, культури, соціальним оточенням, економічним досвідом, індивідуальними характеристиками особистості, віком та статтю.

Однією із суттєвих проблем аналізу політичної свідомості є недостатня розробка його гендерних аспектів. При цьому використання гендерної методики в аналізі державної політики дає можливість розширити його межі та зробити більш ефективним.

У межах проекту ПРООН «Гендер у розвитку» проведено дослідження «Гендерний аналіз українського суспільства», що сприяло введенню гендерної концепції в розробку стратегічних планів розвитку суспільства. На основі одержаних результатів обґрунтовано необхідність гендерної експертизи законодавства й описано її методологічні засади, методи та науковий інструментарій (Т. Мельник). Також здійснено гендерну експертизу соціального та трудового законодавства (Н. Болотіна, І. Лаврінчук), розроблено напрями методології гендерних досліджень та вивчено міжнародний досвід проведення гендерного аналізу (Т. Василевська, Л. Гонюкова, О. Кулачек) [3, с. 35].

Проблема рівноправності та створення рівних можливостей для жінок і чоловіків є досить актуальною в Україні, тому існує потреба широкого залучення гендерних аспектів аналізу суспільного розвитку. Соціально-економічні й політико-культурні умови розвитку суспільства тісно пов'язані з державною політикою, що зумовлює необхідність і визначає межі державного втручання в суспільні сфери. Гендерні аспекти відіграють важливу роль у формуванні та здійсненні державної політики як відносно стабільної, організованої й цілеспрямованої діяльності/бездіяльності державних інституцій, що здійснюється ними безпосередньо чи опосередковано щодо певної проблеми або сукупності проблем, які впливають на життя суспільства. В ефективному здійсненні державної політики значну роль відіграють рівень політичної свідомості населення та ступінь залученості представників обох статей до політичної діяльності [8, с. 401].

Складовою суспільних детермінант є гендерні аспекти громадського життя, ігнорування впливу яких при аналізі політичної свідомості не дає можливості повноцінно та всебічно дослідити елементи індивідуального та масового політичного мислення. У сучасному суспільстві активно відбувається пошук гендерної самоідентифікації як жінок, так і чоловіків, оскільки в період соціальних трансформацій проблема гендерної ідентифікації стає більш вираженою. Зміна традиційних уявлень і стереотипів включає в себе переосмислення традиційних ролей чоловіка й жінки, усвідомлення того,

що не існує суто чоловічої або жіночої сфери професійної та особистісної діяльності. Уявлення щодо ролі чоловіка й жінки в суспільстві формуються в процесі соціалізації індивіда під впливом сім'ї, навчально-виховних установ, засобів масової інформації, соціального оточення, а також політичних і державних структур. Саме тому гендерна теорія базується на переосмисленні основ традиційної соціальної та політичної думки, а також перегляду ролі чоловіків і жінок у суспільстві, їх загального внеску в процес розвитку [4, с. 62].

Аналіз, що базується на врахуванні гендерних питань, – це процес, що дає оцінку різним впливам існуючих напрямів політичних програм на жінок і чоловіків. Використання гендерних досліджень при аналізі державної політики дає можливість порівняти вплив політики на жінок й чоловіків, допомагає з'ясувати значення співвідношення статей у сучасному суспільному розвитку та особливості політичного мислення представників обох статей. Це дозволяє коригувати напрями політики відповідно до гендерних відмінностей, тобто різниці соціальних реалій чоловіків та жінок.

Застосування гендерного аналізу спростовує припущення, що на кожну особу, незалежно від гендеру, однаковою мірою впливають політична сфера життєдіяльності. Сьогодні гендерний аналіз стає невід'ємною частиною якісного й багатогранного аналізу державної політики, тому його використовують для розв'язання актуальних суспільних проблем у багатьох країнах світу: Канаді, США, Новій Зеландії, Норвегії, Швеції, Нідерландах [3, с. 76].

Політична свідомість – одна із центральних категорій науки про політику, що входить до системи її понятійних координат і означає сприймання суб'єктом тієї частини навколишньої дійсності, яка пов'язана з політикою і в яку включений суб'єкт, а також пов'язані з політикою дії та стани. Політична свідомість – це сукупність уявлень і почуттів, поглядів і емоцій, оцінок і установок, які виражають ставлення людей до здійснюваної й бажаної політики, що визначають здатність людини до участі в управлінні справами суспільства та держави. Політична свідомість – одна з основних форм суспільної свідомості, вона виникає разом з появою державності, політичної влади. Це найбільш загальна категорія, що характеризує суб'єктивну сторону політики. За своїм змістом вона охоплює почуттєві та теоретичні, ціннісні й нормативні уявлення громадян, опосередковучи їх зв'язки з інститутами влади [1, с. 37].

Політична свідомість здатна випереджати практику, прогнозувати розвиток політичних процесів, визначати природу діяльності у сфері влади як окремих людей, так і їх суспільних об'єднань. Тому від політичної свідомості прямо залежать зміст і характер політичного процесу, цілі й засоби режиму правління.

Почнемо з визначення поняття «гендер», яке є складним. У найширшому розумінні його можна визначити як змодельовану суспільством та підтримувану соціальними інститутами систему цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей і відносин жінок та чоловіків, набутих ними у процесі соціалізації,

що визначається соціальним, політичним, економічним й культурним контекстами буття та фіксує уявлення про жінку й чоловіка залежно від статі [3, с. 11].

Суть проблеми полягає не в тому, щоб надати однакових прав особам різної статі, а насамперед у тому, аби створити такі умови суспільного життя, щоб жінка й чоловік справді були спроможні реалізувати себе повноцінно як у громадському, професійному, так і в особистому житті. Рівність прав таким чином передбачає рівність можливостей біологічної, психологічної, особистісної, соціальної актуалізації сутнісних сил жінки й чоловіка.

Цікавим і доцільним в умовах соціальних трансформацій, які відбуваються в нашій країні, видається дослідження гендерних аспектів політичного лідерства. Конструктивне поєднання гендерних ролей у політичній діяльності, пропорційна представленість у ній лідерів від жінок і чоловіків суттєво збагачує суспільство, стимулює його творчу енергію, оптимізує процес прийняття рішень. Необхідно також брати до уваги, що інтереси тієї чи іншої соціальної групи можуть бути належно враховані, якщо їх представники становитимуть не менше ніж 30% від загальної чисельності осіб, які причетні до прийняття політичних рішень [12, с. 161].

У країнах із високим рівнем жіночого представництва у структурах влади (Фінляндія – 39,0%, Норвегія – 35,8%, Швеція – 33,5%, Данія – 33,0%) краще, ніж деінде, вирішують проблеми екології, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, досягають злагоди в суспільному організмі. При цьому від жінок-політиків очікують не тільки захисту соціальних інтересів населення, конструктивного та активного вирішення специфічно жіночих проблем, а й іншого, відмінного від чоловіків, стилю роботи, способів розв'язання проблем [10, с. 32].

Проте, як свідчать результати досліджень, ставлення до жінок-лідерів, зокрема політиків, у нашому суспільстві є досить упередженим. Жінки, які всупереч існуючій традиції обійняли високі посади, за даними досліджень суспільної думки, є ізольованими та маргіналізованими як політики «не тієї» статі. Якщо ж подивитись глибше, то вони не представляють й інтересів жінок як соціально-демографічної групи, не мають підтримки з боку жіночих організацій, не беруть участі у формуванні політики стосовно жінок [6, с. 112].

Загалом демократичний рух на Заході, особливо його жіноча складова, відстоює сьогодні паритетне – 50 на 50 – гендерне представництво в органах влади. При цьому суспільствознавці дійшли висновку, що наявність 30% жінок в управлінні будь-якого суспільства приводить до якісних змін щодо прийнятих суспільно вагомих рішень, тобто дає змогу реально відчувати присутність жінок у політиці, істотно впливати на її формування. А виявляється це, насамперед, у тому, що жінки-політики вважають пріоритетними такі проблеми, як безпека в суспільстві, боротьба з корупцією, соціальне забезпечення, розвиток мережі дошкільних установ, освіти, охорони здоров'я, зайнятість і просування жінок по службі [7, с. 28]. Звичай-

но, не всі жінки, як і чоловіки, політично грамотні, але важливо враховувати жіночу інтуїцію, цілеспрямованість, наполегливість.

Суть і характер політичних відносин зумовлює політична поведінка будь-якого суб'єкта політики. Перш ніж характеризувати особливості та типи політичної поведінки, коротко визначимо роль у цьому процесі політичного мислення. Політичне мислення – опосередковане та узагальнене відображення людиною політичних явищ і процесів об'єктивної дійсності в їх історичних, часових зв'язках і відносинах [14, с. 209].

Політичне мислення уможлиблює наукове пізнання всього, що зумовлює політику, її існування, пізнання сутності та особливостей політичних явищ і процесів, дає змогу не лише пізнавати, а й передбачати, прогнозувати розвиток політичних подій, сприяє формуванню особистості, її навичок, здібностей, політичної культури. Таке мислення політика розвивається й формується під час безпосередньої активної пізнавальної діяльності, під впливом і на основі всього досягнутого людством у процесі його історичного розвитку.

**Висновки.** Україна зробила суттєві кроки в напрямі утвердження нового мислення, вироблення нового філософського світогляду, в якому стереотипне сприйняття жіночої та чоловічої ролі замінене парадигмою розвитку людського потенціалу. У центрі такої парадигми – врахування гендерних аспектів у підході до людини з усіма її проблемами. Таким чином, гендерні й політичні питання мають багато схожих аспектів, оскільки торкаються таких фундаментальних проблем, як рівність прав і можливостей, перерозподіл ресурсів, владні повноваження тощо. Аналіз особливостей дослідження гендерної проблематики в політичній науці показує, що перші наукові здобутки із цього питання належать американським і західноєвропейським дослідникам. Вони характеризують гендерний підхід як такий, що аналізує та пояснює політико-статеві відмінності і їх вплив на політичну дійсність. Українська політична наука вважає, що гендерний підхід в українській політології ще не сформувався остаточно й потребує активних наукових розробок. Особливостями гендерних досліджень в українській політичній науці є орієнтованість на політико-правовий аспект – аналіз реальних прав жінок і чоловіків; зацікавленість гендерними аспектами освіти; недостатня увага до дискримінаційних практик щодо чоловіків та гендерних питань у контексті демократизації.

Особливості сучасних політичних процесів у світі та в Україні зокрема спонукають науковців до пошуку нових підходів щодо пояснення та прогнозування різноманітних численних конфліктів між гілками влади, політичних криз, для проектування політики й вибору стилю та засобів національної політики.

Подальші дослідження в цьому напрямі доцільно здійснювати шляхом проведення опитування представників як чоловічої, так і жіночої статі різних вікових категорій та соціальних груп, що дасть змогу провести багатифакторний аналіз рівня свідомості населення України.



Урахування в політиці гендерних аспектів змінить установки політичного процесу загалом, спрямує центр уваги на людей і дасть можливість більш ефективно задовольнити їх практичні потреби.

#### Список використаної літератури

1. Гендерная реконструкция политических систем / под ред. Н. Степановой, Е. Кочкиной. Санкт-Петербург : ИГП, 2005. 990 с.
2. Грошев И. В. Гендерные представления о власти. *СОЦИС*. 2000. № 12. С. 33–41.
3. Жеребкіна І. Фемінізм і сучасна філософія. *Новий Образ*. 1997. № 1. С. 5.
4. Іващенко О. Участь жінок у політиці України. *Слово і час*. 1997. № 2. С. 72.
5. Кодацька Н. О. Вільний розвиток особистості через визнання та прийняття гендерних відмінностей. *Грані*. 2015. № 2 (118). С. 73–78.
6. Константинова В. Н. Женщины и проблемы политического лидерства. *Женщины и социальная политика (гендерный аспект)* / отв. ред. З. Я. Хоткина. Москва, 1992. С. 107–116.
7. Лавриненко Н. В. Женщина: самореализация в семье и обществе (гендерный аспект). Киев : ВИПОЛ, 1999. 172 с.
8. Мельник Т. М. Гендер у політиці. *Основи теорії гендеру*. Київ : К.І.С., 2004. 535 с.
9. Мельник Т. М., Кобелянська Л. С. 50/50 Сучасне гендерне мислення : словник. Київ : К.І.С., 2005. 280 с.
10. Саєнко Ю. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві. Київ : Програма розвитку ООН, Центр соціальних експертиз Інституту соціології НАН України, 2007. 70 с.
11. Сулова О. І., Рахімкулов Е. Р. Законотворчість: забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Київ : Заповіт, 2006. 189 с.
12. Титова Т. Гендер кризь призму буденності (жіночий аспект). *Соціальна політика і соціальна робота*. 1999. № 3–4 (11–12). С. 157.
13. Цілі розвитку тисячоліття ООН. URL: [www/ipu.org/wmn-e/regions.htm](http://www/ipu.org/wmn-e/regions.htm) (дата звернення: 12.03.2018).
14. Чикалова И. Партии и власть в США и Великобритании: Гендерная политика в 1970–1990-е годы. Минск : Тесей, 2000. 288 с.
15. Ballington J. Equality in Politics: A Survey of Women and Men in Parliaments. *Inter-Parliamentary Union*. 2008. 247 p.
16. Coole D. Feminism and Politics. *New Developments in Political Science: an Interpretational review of Achievements and process* / eds. by A. Leftwich. UK : Edward Elgar, 1992. P. 24–43.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2018.

#### **Кодацкая Н. А. Политическое сознание: гендерный анализ**

В статье рассмотрены особенности формирования экономического сознания в гендерном разрезе, исследованы элементы индивидуального и массового экономического мышления. Проведен анализ выбора модели экономического поведения, определяемого условиями жизнедеятельности человека: уровнем образования, воспитания, культуры, социальным окружением, экономическим опытом, индивидуальными характеристиками личности, возрастом и полом. Установлен уровень экономического мышления и финансовой грамотности населения Украины на основе общенационального репрезентативного опроса, проведенного в рамках проекта Агентства США по международному развитию USAID «Международные партнерства ради стабильности финансового сектора».

**Ключевые слова:** гендерные особенности, экономическое сознание, учет доходов и расходов, стратификация экономического мышления, финансовая инклюзия.

**Kodatska N. The Political Consciousness: Gender Analysis**

*The article discusses the peculiarities of forming of economic consciousness in a gender perspective, elements of individual and mass economic thinking. The author analyzes the choice of the model of economic behavior, determined by the conditions of human life: the level of education, education, culture, social environment and economic experience, individual characteristics of the individual, age and gender.*

*We determine that the attitude towards women leaders, in particular, politicians, in our society is quite biased. Women who, contrary to the existing tradition, have embraced senior positions, according to research data of public opinion, are isolated and marginalized as «non-gender» politicians. If you look deeper, they do not represent the interests of women as a socio-demographic group, do not have the support of women's organizations, do not participate in the formation of policies for women.*

*We use in the article gender-based analysis as a process that assesses the different impacts of The problem of equality and equal opportunities for women and men is very relevant in Ukraine, so there is a need for broad involvement of gender aspects of social development analysis. Socio-economic, political and cultural conditions for the development of society are closely linked with state policy, which determines the necessity and defines the limits of state intervention in public spheres. Gender aspects play an important role in shaping and implementing public policy as a relatively stable, organized and purposeful activity or inactivity of state institutions that they directly or indirectly deal with a particular problem.*

*The author states that the use of gender research in the analysis of state policy makes it possible to compare the influence of politics on women and men, helps to determine the importance of the ratio of articles in contemporary social development and the peculiarities of political thinking of representatives of both sexes. This allows adjusting policies in line with gender differences, that is, the difference between the social realities of men and women. The level of economic thinking and financial literacy of the population of Ukraine is determined on the basis of a nationwide representative survey conducted within the framework of the USAID International Development Agency's project «International Partnerships for the Stability of the Financial Sector».*

*In the article we describe that gender and political issues have many similar aspects, since they touch on such fundamental issues as equality of rights and opportunities, redistribution of resources, power, etc. The analysis of the peculiarities of the study of gender issues in political science shows that the first scientific achievements on this subject belong to American and Western European researchers.*

*The article discusses that the attitude of women leaders, in particular politicians, in our society is quite biased. Women who, contrary to the existing tradition, have embraced senior positions, according to research data of public opinion, are isolated and marginalized as «non-gender» politicians. They do not represent the interests of women as a socio-demographic group, do not have the support of women's organizations, do not participate in the formation of policies for women.*

*The author states in today's society, the search for gender identity is being actively pursued both for women and men, as during the period of social transformations the problem of gender identity becomes more pronounced. Changing traditional representations and stereotypes involves rethinking the traditional roles of men and women, realizing that there is no purely male or female sphere of professional and personal activity.*

**Key words:** *gender peculiarities, economic consciousness, accounting of incomes and expenses, stratification of economic thinking, financial inclusion.*

**В. І. КРИЖАНІВСЬКА**

## **РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В СХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ**

*Стаття присвячена висвітленню особливостей медійної репрезентації теми інформаційної безпеки в інтернет-ЗМІ найбільш інформаційно вразливих регіонів: Донецької, Луганської та Харківської областей, – що актуалізується в умовах гібридної війни, якою охоплена Україна, безпосередньо в тих регіонах, де переплітається український та російський інформаційний простір ь точиться боротьба за домінування в ньому з можливістю формування необхідної картини світу. Запропоновано та реалізовано методику дослідження медійної репрезентації теми інформаційної безпеки. Внаслідок проведеного дослідження виявлено специфіку регіональних інтернет-ЗМІ щодо висвітлення теми інформаційної безпеки, а також обмеженість інформаційної роботи з вразливими регіонами, що вказує на інформаційні ризики та ті напрями, які потрібно посилювати для становлення безпечного інформаційного простору східних регіонів України.*

**Ключові слова:** інформаційна безпека, інформаційна війна, соціальні технології, інтернет-ЗМІ, загрози інформаційної безпеки.

Проблема інформаційної безпеки є актуальною у зв'язку з гібридною агресією, якою сьогодні охоплена Україна, що призвело до негативного стану українського інформаційного простору, порушення цілісності та єдності країни, поширення настроїв сепаратизму та іредентизму. Сьогодні можна говорити, що інформація вже засіб не лише осягнення світу, а й впливу на нього, своєрідна цифрова зброя. Відповідно, постає питання, яким чином можна ухилитися від деструктивних інформаційних впливів, побудувати захищений інформаційний простір на протидіяти негативним впливам на масову свідомість. І в цьому контексті не останню роль відіграють медіа (телебачення, преса, радіо, Інтернет), які можуть виступати як інструментом інформаційної агресії (формування фреймів сприйняття, трансляція стереотипів та упереджень, відображення заангажованих позицій), так і засобом удосконалення державного управління інформаційною сферою, наповнення її достовірною інформацією, а також інформаційного виховання громадян (соціально відповідальна журналістика, висвітлення об'єктивної інформації з дотриманням журналістських стандартів та професійної етики, виховання медіаграмотності в громадян тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій стосовно проблематики інформаційної безпеки демонструє, що наукове вивчення цієї теми має широку теоретичну та методологічну базу. Зокрема, загрозам інформаційної безпеки та технікам її захисту приділяють увагу Д. Теал, Ф. Бао, Р. Г. Денг [12], Т. П. Лайтон [19], М. Е. Вайтман [23] та ін.; державній інформаційній політиці та управлінню ризиками – В. Г. Борнман, В. Лабусчагне [13], Е. Гумпгрейс [16], М. Гаркінс [15], Т. Р. Пелтієр [21] та ін.; проблематиці інформаційних війн та пропаганді – Н. Сноу [22], Д. Кумар [18], Й. Р. Камаліпоур [17], Л. Махашвілі [20], Т. Гоодноу, Дж. Кімбле [14] та ін.

Серед українських учених проблеми національної безпеки та методологічні основи її вивчення розглядали В. Т. Білоус, О. С. Бодрук, В. П. Горбулін, М. Б. Левицька, Є. М. Лисицин, В. А. Ліпкан, Н. Р. Нижник, Г. П. Ситник та ін. [5, с. 18–19]. Негативні тенденції в економічній та інформаційній сфері національної безпеки та потреби їх подолання досліджували В. Н. Амітан, О. І. Барановський, О. С. Власюк, Б. В. Губський, М. М. Єрмошенко, Б. Є. Кваснюк, Д. Г. Лук'яненко, І. В. Недін, С. І. Пірожков, А. Ю. Сменковський, А. І. Соляник, В. Т. Шлемко [4, с. 3]. Проблематиці інформаційних війн та специфіці використання пропаганди в процесі їх ведення присвячені праці українського вченого Г. Г. Почепцова [8; 9]. Соціальні технології та їхню роль в інформаційній війні аналізував І. П. Рущенко [10].

Інформаційна безпека перестає бути лише технологічною складовою захисту інформаційного простору, являє собою системний та багаторівневий соціальний феномен, такий стан інститутів держави й суспільства, за якого забезпечується надійний захист національних інтересів держави та суспільства в інформаційній сфері, своєчасне виявлення загроз і протидії деструктивним пропагандистським впливам з боку внутрішніх та зовнішніх суб'єктів, зокрема завдяки соціальним технологіям. Хоча це поняття перейшло із сфери інформатики та комп'ютерних наук, і його здебільшого розглядають крізь призму забезпечення ефективного функціонування інформаційної інфраструктури, кібербезпеки та використання ІКТ [7, с. 266–267], проте в останніх дослідженнях та теоретичних розробках акцентують увагу на соціальній складовій, а саме на впливі на масову свідомість та повсякденні практики внаслідок деструктивних інформаційних впливів на соціальних суб'єктів, що викликає дизфункціональні соціальні процеси, зокрема формування квазіідентичності й викривленого сприйняття реальності внаслідок формування та трансляції ідеологем і міфів через текстовий та аудіовізуальний контент тощо, тобто в такому ракурсі інформаційна безпека передбачає «захист від інформації» – захист від небезпечної, недостовірної інформації, яка формує викривлену картину світу. Тому сутність інформаційної безпеки як соціального феномену полягає у встановленні й реалізації морально-етичних, нормативно-правових та організаційних відносин між людьми, які забезпечують збалансованість інтересів людини, суспільства й держави в інформаційній сфері, а також передбачає зняття інформаційної невизначеності щодо об'єктивно та суб'єктивно існуючих потенційних і реальних загроз за рахунок контролю циркуляції інформації й наявності можливостей, умов і засобів для відхилення цих загроз [1, с. 24].

Важливу роль у забезпеченні інформаційної безпеки як соціального інституту відіграють ЗМІ – «віртуози сенсів», роль яких полягає в контролі за виробництвом певного контенту та передачі значень, формуванні особливостей усвідомлення певних подій і значень, створенні стереотипів поведінки, закладенні фреймів сприйняття світу або, навпаки, руйнування цих фреймів, легітимації моралі та певних практик поведінки. Водночас інформаційна присутність інших суб'єктів, діяльність яких спрямована на

формування альтернативного погляду на події, які відбуваються в суспільстві, з використанням маніпуляції інформацією та пропаганди, призводить до розколу суспільства, поширення настроїв іредентизму й сепаратизму, порушує цілісність громадянської свідомості та консенсус, що виник на основі спільних цінностей і сприйняття життя (наприклад, драйвером антиукраїнських настроїв стали ідеологеми «руського миру», братського народу та стереотипів щодо історичної пов'язаності).

**Метою статті** є виявлення специфіки медійної репрезентації теми інформаційної безпеки України в східноукраїнських інтернет-ЗМІ на прикладі найбільш інформаційно вразливих регіонів – Донецької та Луганської областей, які знаходяться в зоні ведення гібридної війни, а також Харківської області, яка є так званою «прифронтовою зоною», до того ж саме для цих трьох регіонів характерна інформаційна присутність російських медіа, що має значний ідеологічний вплив на населення та несе перманентну загрозу дестабілізації ситуації та громадянського розколу.

Для реалізації поставленої мети розроблено методичку дослідження специфіки висвітлення теми інформаційної безпеки в східноукраїнських інтернет-ЗМІ, що полягає в застосуванні змішаного контент-аналізу інтернет-ЗМІ трьох областей (Харківської, Донецької, Луганської) за період 01.01.2016–31.10.2017. Вибірку інтернет-ЗМІ сформовано на основі проведеного дослідження GfK Ukraine та Інституту масової інформації щодо вивчення медіа-преференцій і політичних поглядів населення 8 областей України у 2017 р.) [6] – у кожній області було обрано по 3 найбільш розповсюджені регіональні інтернет-ЗМІ.

У межах проведеного нами дослідження одиницею аналізу були новини, які стосуються теми інформаційної безпеки. Оскільки інформаційна безпека в широкому загальному значенні являє собою стан захищеності від деструктивних інформаційних впливів, то вона складається з таких категорій: 1) структурні елементи інформаційної безпеки (кібербезпека, нормативно-правова система забезпечення інформаційної безпеки, соціально відповідальне медіасередовище та журналістика); 2) загрози інформаційній безпеці (маніпулятивні технології, пропаганда, антиукраїнська ідеологія, сепаратизм, дезінформація, інформаційна війна, громадські дискусії зовнішніх суб'єктів стосовно майбутнього України); 3) соціальні технології як інструмент протидії загрозам інформаційної безпеки України (декомунізація, розвиток національного кінематографу та книгодрукування, розвиток медіа, національно-патріотичне виховання, ідеологія, формування іміджу України на міжнародній арені). Ці три категорії стали індикаторами зарахування до теми інформаційної безпеки. Одиницею рахунку була обрана частота появи новин за темою інформаційної безпеки (інтенсивність публікацій за період 01.01.2016–31.10.2017). Відповідно, процедура контент-аналізу полягала у відборі та класифікації тих новин, які визначено такими, що належать до теми інформаційної безпеки, якщо в назві або короткому описі мали словосполучення «інформаційна безпека», «інформаційна війна», «гібридна війна», «гібридна анексія», «пропаганда», «маніпуляція інформацією», «сепаратизм», «мінування (дезінформація)», «національно-

патріотичне виховання (культурні заходи патріотичного спрямування)», «медіа», «соціальні мережі» та вищезазначені соціальні технології.

Відповідно до зазначених індикаторів виділено тематичні блоки новин стосовно теми інформаційної безпеки (також відповідно до трьох категорій: елементи інформаційної безпеки, загрози та соціальні технології).

Аналіз висвітлення теми інформаційної безпеки в медіа Харківської області здійснено на базі архіву новин таких трьох регіональних інтернет-ЗМІ: 057.ua (сайт міста Харкова, де публікується інформація про основні події та новини, що безпосередньо стосуються міста Харкова; 12% серед регіональних інтернет-ЗМІ), «Вечерний Харьков» (новинний інтернет-ресурс, на якому публікуються найважливіші події, що відбувається в місті, країні та світі; 5%), «Восточный дозор» (новинний місцевий портал; 2%).

Контент-аналіз цих веб-ресурсів продемонстрував, що тема інформаційної безпеки має невелику частку серед усього масиву новин: на сайті 057.ua – 1,82% (253 новин із 13937), «Вечерний Харьков» – 0,6% (135 новин із 23 495), «Восточный дозор» – 0,82% (127 новин із 15549) (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка висвітлення теми інформаційної безпеки в інтернет-ЗМІ Харківської області

З рис. 1 бачимо, що в усіх аналізованих інтернет-ЗМІ пік публікацій припадає на квітень-травень 2016 та 2017 рр. Якщо проаналізувати політичний та культурний фон цих періодів, то на цей час припадає початок та реалізація постанов про декомунізацію [21], а також ідеологічні трансформації стосовно сприйняття державних свят та історичних постатей/подій, що викликали значний резонанс у суспільстві, а також питання мовного квотування, блокування російських соціальних мереж, дезінформація про мінування публічних місць тощо.

Серед новин, які присвячені інформаційній безпеці, таких, які прямо пов'язані з темою (тобто мають у назві словосполучення «інформаційна безпека», «інформаційна війна», «гібридна війна») майже не виявлено, такі

новини зустрічаються лише на сайті 057.ua, і їхня частка становить 1,97% (відносно всіх новин, що стосуються інформаційної безпеки).

Контент-аналіз дав змогу виділити схожі та відмінні аспекти у висвітленні теми інформаційної безпеки й основних елементів, що її стосуються. Так, у всіх трьох медіа зустрічаються 10 тематичних блоків: дезінформація про мінування, сепаратизм, декомунізація, розвиток медіа, кінематограф, книгодрукування, кібербезпека, ідеологія, національно-патріотичне виховання, міжнародні відносини (формування іміджу України). Проте ці блоки мають різну інтенсивність висвітлення. Так, на сайті 057.ua найбільше новин стосується дезінформації та декомунізації (31,2% та 20,2% відповідно), а також ідеології як технології забезпечення протистояння російській пропаганді (11,6%). На сайті «Вечернего Харькова» найбільше уваги приділено кінематографу (частково українським прем'єрам, але здебільшого забороні трансляції російських серіалів – 18,5%), велика частка новин стосується декомунізації (переважно про перейменування вулиць – 17,8%), велику увагу приділено кібератакам і кібербезпеці та медіа (блокування російських сайтів і мереж). «Восточный дозор» також багато матеріалів публікує стосовно дезінформації про мінування (24,1%), декомунізації (19%), кінематографу (здебільшого про заборону російських фільмів та серіалів – 13%).

Загалом можна сказати, що для Харківських регіональних інтернет-ЗМІ характерний низький рівень висвітлення теми інформаційної безпеки, новини здебільшого стосуються соціальних технологій, які здатні забезпечити формування національної свідомості та протистояти негативним пропагандистським впливам, російським і радянським ідеологемам. Усі сайти мають проукраїнське спрямування, хоча інформація на сайті подається в нейтральному тоні – переважно фактаж, а критичне ставлення викликають лише ті події, які не мають правового підґрунтя (наприклад, підтримуються заходи реалізації декомунізації відповідно до постанов місцевих органів влади, проте засуджується вандалізм). Щодо особливостей висвітлення цієї тематики, то 057.ua – єдиний ресурс, де були опубліковані новини із згадуванням інформаційної війни та інформація про Доктрину про інформаційну безпеку України. «Вечерний Харьков» – єдиний ресурс, який вказує джерело інформації, тобто являє собою агрегатор новин – у кожній новині є посилання на джерело інформації («Сегодня» та ін.). Особливістю «Восточного дозора» можна вважати те, що стосовно теми інформаційної безпеки є новини, які стосуються ідентичності та національної свідомості (як української, так і російської), проведення патріотичного форуму, сценаріїв виходу із сьогоденного стану, перспективи розвитку Росії тощо, у межах національно-патріотичного виховання згадується про створення координаційної ради з питань національно-патріотичного виховання.

Контент-аналіз висвітлення теми інформаційної безпеки в медіа Донецької області здійснено на базі архіву новин трьох регіональних інтернет-ЗМІ (на підконтрольній Україні території): 0629.com.ua (сайт Маріуполя) (12% серед регіональних інтернет-ЗМІ); 06239.com.ua (сайт Покровська і Мирнограда й області) (2%); 6262.com.ua (сайт Слов'янська й області) (2%).

На тему інформаційної безпеки припадає невелика частка серед усього масиву новин: на сайті 0629.com.ua (Маріуполь) – 1,2% (178 новин із 14756), 06239.com.ua (Покровськ та Мирноград) – 0,91% (106 новин із 11592), 6262.com.ua (Слов'янськ) – 1,3% (117 новин із 8923). Інтенсивність висвітлення теми інформаційної безпеки відображено на рис. 2.

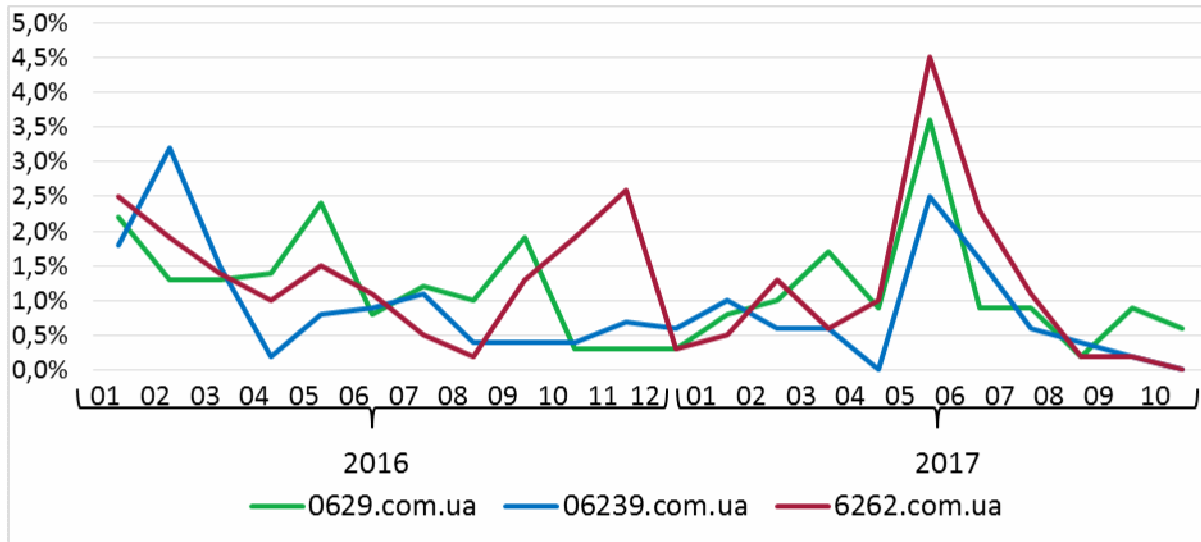


Рис. 2. Інтенсивність висвітлення теми інформаційної безпеки в інтернет-ЗМІ Донецької області, % відносно усього масиву новин

З рис. 2 можна побачити інтенсивність публікацій новин стосовно інформаційної безпеки, а також періоди, для яких характерний сплеск публікацій – травень-червень 2017 р., окремі періоди для кожного сайту. Здебільшого сплески публікацій припадають на періоди активізації боротьби із сепаратизмом, презентацію документальних фільмів про події в регіоні, ідеологічні протистояння на травневі свята, заборону радянської символіки (указ Верховної Ради) [3] та блокування російських веб-ресурсів (указ президента) [11].

Новини, які прямо стосуються теми інформаційної безпеки (мають словосполучення «інформаційна війна», «гібридна анексія», «гібридна війна» тощо), зустрічаються лише на сайті 0629.com.ua (Маріуполь) (6 новин) та на сайті 06239.com.ua (Покровськ та Мирноград) (2 новини). Здебільшого новини стосуються формування інформаційного простору України (блокування російських телеканалів, заборона трансляції фільмів та серіалів, мовне питання, запровадження нових радіостанцій, розширення інформаційної присутності на непідконтрольних Україні територіях тощо). Загалом можна виділити такі тематичні блоки новин, які стосуються інформаційної безпеки: декомунізація, сепаратизм, пропаганда та маніпуляція інформацією, підривна діяльність зі сторони Російської федерації, мовне питання, журналістика, нормативно-правова система (закон про декомунізацію, про мовне питання, Доктрина про інформаційну безпеку тощо), кіно й книги, кібербезпека, міжнародні відносини, культура.

Як і в медіа Харківської області, для медіа Донецької області характерне висвітлення таких соціальних технологій стосовно забезпечення ін-



формаційної безпеки: кібербезпека, розвиток медіа (територіальне розширення дії українських медіа та захист інформаційного простору через блокування російських сайтів і соціальних мереж, а також заборону російських фільмів та серіалів), національно-патріотичне виховання (культурні патріотичні проекти для дітей і молоді), протистояння російській пропаганді через ідеологічні конструкти та формування національної свідомості (розмежування українських і російських свят, заборона радянської символіки тощо), розвиток національного кінематографу (переважно документальні фільми, які стосуються подій у регіоні) книгодрукування, розвиток радіо (поява нових станцій – «Армія FM», мовне квотування тощо).

Контент-аналіз дав змогу виділити схожі та відмінні аспекти у висвітленні теми інформаційної безпеки й основних елементів, що її стосуються. Так, у всіх трьох інтернет-ЗМІ зустрічаються майже однакові тематичні блоки новин, проте різна інтенсивність їх висвітлення та акценти. Так, на сайті 0629.com.ua (Маріуполь) найбільше новин стосується кіноіндустрії (16,9%) (презентація документальних фільмів, присвячених подіям АТО, місцевим героям та історичним подіям України), ідеології (15,5%) (проукраїнські мітинги, висвітлення ставлення до Путіна та ідеї «руського миру», заборона радянської символіки тощо) і декомунізація (13%) – перейменування вулиць та закладів відповідно до закону, а також публікація новин, які відображають ставлення населення до цього. Також зустрічаються новини, які стосуються гібридної війни та гібридної анексії. Особливістю цього новинного ресурсу є емоційна забарвленість, передання власних думок та ставлення до описуваних подій, що знижує об'єктивність і незаангажованість поданої інформації.

На сайті 06239.com.ua (Покровськ та Мирноград) більшість новин щодо інформаційної безпеки стосується медіа (25,5%) – блокування російських сайтів та соціальних мереж, створення Незалежної профспілки України, блокування українських веб-ресурсів у ДНР тощо, декомунізації (переважно перейменування вулиць – 20,8 %), ідеології (10,9%) (ставлення до статусу російської мови, правомірність використання назв «ДНР» та «ЛНР», ставлення до майбутнього України), мовне питання (9,4%) (вивчення української мови в ДНР, збільшення частки україномовних телепрограм і друкованих матеріалів, запровадження безкоштовних курсів з української мови, українізація регіону тощо). Представлення новин емоційно нейтральне, надаються лише факти, а ставлення до певних подій передається через соціальні опитування населення.

Щодо новин сайту 6262.com.ua (Слов'янськ), то більшість з них стосуються медіа (21,2%) – блокування доступу до російських веб-ресурсів і соціальних мереж, поява альтернативної VK та ОК української соціальної мережі Ukrainians, проведення українського теле- і радіомовлення на окупованих територіях тощо; кіно (12,8%) – заборона показу російських фільмів та серіалів, презентація документальних українських стрічок, проведення кінофестивалю тощо; ідеології (11%) – розповсюдження листівок проукраїнського спрямування, заборона в'їзду до України російським мит-

цям, проукраїнські акції тощо. Висвітлення новин емоційно нейтральне, переважно надається фактаж.

Порівняно з інтернет-ЗМІ Харківської області, можна виокремити такі особливості: значно менше уваги приділено темі декомунізації й кібербезпеці, більше уваги сконцентровано на темі медіа (розширення теле- та радіомовлення на окуповані території, поява нових радіостанцій і соціальних мереж, блокування російських інтернет-ресурсів та соціальних мереж), висвітлюються особливості російської пропаганди й маніпуляції інформацією, підривна діяльність ДНР та Російської федерації, а ставлення населення до деяких питань передається через масові опитування.

Щодо аналізу медіа Луганської області, то було проаналізовано лише два інтернет-ЗМІ – 06452.com.ua (сайт міста Сєвєродонецьк та області) (5% серед регіональних інтернет-ЗМІ) та lisichansk.com.ua (новинний, міський інтернет-портал Лисичанська) (3%), оскільки інші веб-ресурси не мають архіву новин, що унеможливило проведення аналізу.

Сайт Сєвєродонецька та області має архів новин, проте новинна складова розроблена дуже поверхнево – надані новини не за всі дні та публікується досить невелика частка за день. Загалом за досліджуваний період опубліковано 5353 новини, з них 64 (1,1%) стосується інформаційної безпеки або її елементів/соціальних технологій. Інтенсивність висвітлення теми інформаційної безпеки відображено на рис. 3.

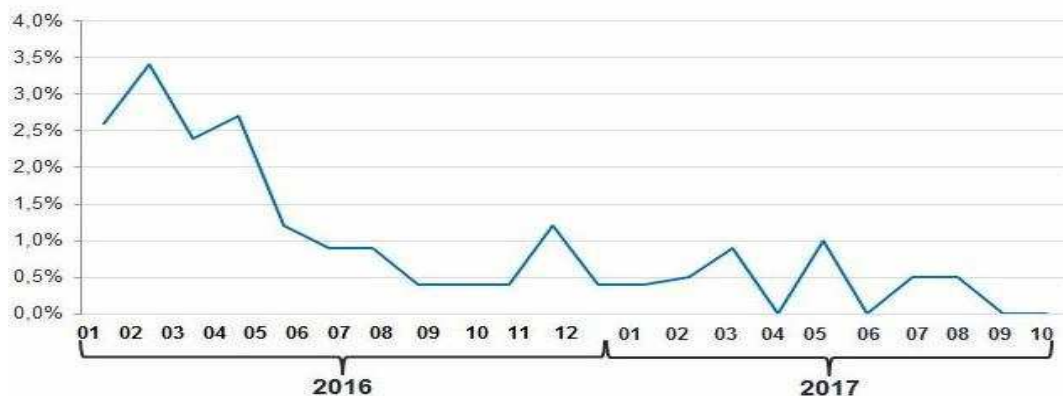


Рис. 3. Інтенсивність висвітлення теми інформаційної безпеки на сайті 06452.com.ua (Сєвєродонецьк), % відносно усього масиву новин

Пік публікацій стосовно інформаційної безпеки припадає на січень-лютий 2016 р. (боротьба із сепаратизмом та російською пропагандою, розповсюдження «фейкової» інформації, прем'єра документальних фільмів про Донбас), а надалі інтенсивність іде на спад. Проте відбуваються деякі сплески публікацій: I – квітень 2016 р. (мовне питання – переклад мультфільмів, сепаратизм та діяльність ЛНР-ців); II – листопад 2016 р. (святкування 7 листопада й викриття сепаратистів); III – березень 2017 р. (громадські дискусії щодо декомунізації та положення переселенців); IV – травень 2017 р. (особливості святкування Дня перемоги).

На рис. 4 можна побачити основні тематичні блоки новин, які стосуються інформаційної безпеки.

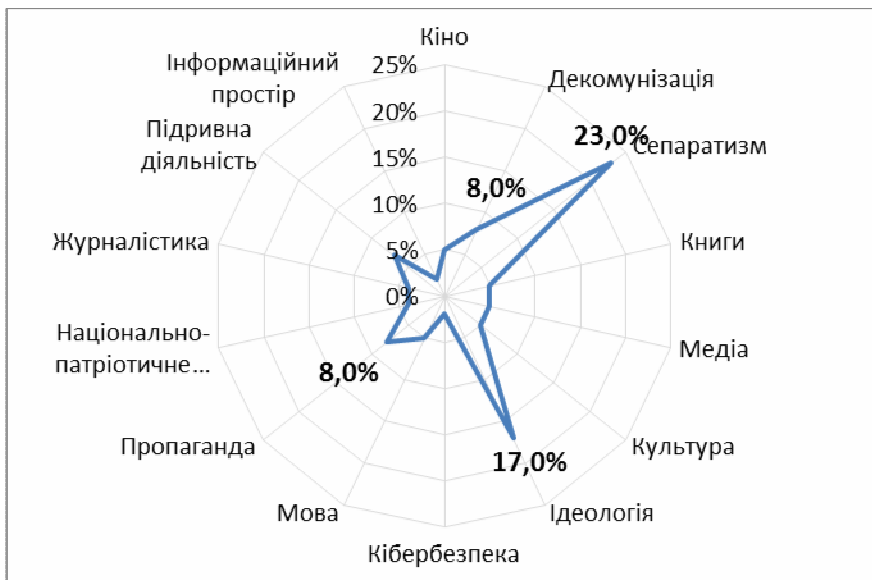


Рис. 4. Тематичні блоки новин сайту 06452.com.ua (Сєвєродонецьк)

У цьому веб-ресурсі найбільше новин стосуються сепаратизму (23%) (викриття мережі «українських шпигунів» та інформаторів ЛДНР, засідання антиукраїнських сил, розповсюдження антиукраїнських новин), ідеології (17%) (інформація щодо жителів ЛНР і їхнього ставлення до «своєї» влади, святкування 1 травня та 7 листопада), пропаганді (8%) та декомунізації (8%). Проте зовсім не відображено нормативно-правову систему, а саме укази й закони стосовно введення квот використання української мови на ТБ та радіо, блокування російських веб-ресурсів, заборони російських фільмів і серіалів, прийняття Доктрини про інформаційну безпеку України тощо, не висвітлюються особливості конфліктів на ідеологічній основі (наприклад, стосовно свят та використання радянської символіки).

На сайті міста Лисичанськ [lisichansk.com.ua](http://lisichansk.com.ua) новинна складова представлена доволі слабо – дуже мало публікується новин загалом, тому в архіві зберігається публікації різних категорій – новини, читиво, здоров'я, що й підлягало аналізу. За досліджуваний період було опубліковано 2422 новини, з них лише 12 стосується інформаційної безпеки: 1 – декомунізація, 1 – медіа, 5 – сепаратизм (згадування про створення ЛНР, затримання інформаторів ЛНР, публікація стосовно дезінформації як механізму оману населення), 4 – пропаганда (вербування прихильників ЛНР, інструменти спотворення історії), 1 – кібербезпека. Усі новини досить короткі та емоційно нейтральні, здебільшого надано фактаж.

Загалом дослідження медіа Луганської області продемонструвало те, що регіональні інтернет-ЗМІ дуже погано висвітлюють новини регіону – майже відсутнє наповнення категорії новин, а ті новини, що опубліковані, стосуються побутових умов або розваг, до того ж серед інформації туристичного спрямування досить багато пропозицій поїздок до Росії.

**Висновки.** Таким чином, контент-аналіз регіональних ЗМІ трьох областей стосовно особливостей висвітлення теми інформаційної безпеки продемонстрував загальні тенденції та специфіку кожного регіону щодо висвітлення теми інформаційної безпеки.

По-перше, виявлено, що, незважаючи на актуальність теми інформаційної безпеки в умовах сьогоденної інформаційної війни, ця проблематика займає дуже невелику частину контенту – до 2% (відносно наявного контенту на сайті найбільше новин на сайті 057.ua – 1,82%, найменше – на сайті lisichansk.com.ua – 0,5%). Це свідчить про те, що медіа не актуалізують у медійному дискурсі тему інформаційної безпеки та її загроз, лише частково формують інформаційні приводи стосовно висвітлення прикладів пропаганди, маніпуляції й дезінформації в інформаційному просторі, в якому переплітаються українські та проросійські медіа й точиться боротьба за домінування в масовій свідомості.

По-друге, дослідження тематичних блоків контенту виявило, що стосовно інформаційної безпеки більше уваги приділено соціальним технологіям (декомунізація, медіаграмотність, випуск національного контенту, мовне питання тощо). Для всіх регіональних інтернет-ЗМІ характерна наявність 12 спільних тематичних блоків (розвиток медіа, кінематограф, книгодрукування, кібербезпека, ідеологія, культура тощо), проукраїнська позиція, проте водночас нейтральне висвітлення подій, переважно надання фактажу, незаангажованість. Кожен регіон має свою специфіку щодо висвітлення певних подій та розставлених акцентів: інтернет-ЗМІ Харківської області більше уваги приділяють питанням декомунізації й дезінформації, нормативно-правовій основі захисту інформаційного простору України, висвітлюють ідеологічні протистояння навколо травневих свят тощо, проте зовсім не торкаються теми пропаганди та сепаратизму, маніпулятивних технологій з боку зовнішнього агресора; інтернет-ЗМІ Донецької області більше сконцентровані на питаннях розвитку медіа (зокрема, розширення інформаційної присутності на окупованих територіях), забороні російських веб-ресурсів, кінематографу (презентація документальних фільмів про події в зоні АТО), на питаннях пропаганди; інтернет-ЗМІ Луганської області – на проблемі сепаратизму та пропаганди у зв'язку з підривною діяльністю представників ЛНР-ДНР.

По-третє, аналіз виявив регіональні проблеми стосовно забезпечення інформаційної безпеки. Так, для Донецької та Луганської областей актуальними є питання розширення інформаційної присутності на окуповані території, формування альтернативних веб-ресурсів у зв'язку із заборонаю російських соціальних мереж та інформаційна реінтеграція населення окупованих територій, інформаційна боротьба з представниками ЛНР та ДНР. Тема інформаційної безпеки репрезентована дуже поверхово, особливо це стосується інтернет-ЗМІ Луганської області – новини присвячені здебільшого побутовим проблемам та розвагам. Це свідчить про відсутність альтернативного погляду на події, що відбуваються, а обмеженість інформаційної присутності українських медіа на окупованих територіях знижує можливість інформаційної реінтеграції регіону, призводить до інформаційної ізоляції окупованих територій й викривленого сприйняття реальності відповідно до того, як її висвітлюють медіа, які домінують (проросійського спрямування).

Загалом проведене дослідження продемонструвало обмеженість інформаційної роботи з уразливими регіонами. Можна виділити такі інформаційні ризики:

– недостатній рівень розвитку інформаційної інфраструктури, обмеженість інформаційної присутності українських ЗМІ на окупованих територіях, що унеможлиблює ефективну роботу з протидії пропаганді та маніпулятивним технологіям (особливо стосовно Донецької та Луганської областей);

– недостатній рівень розвитку медіасередовища регіональних ЗМІ Донецької та Луганської областей: низький рівень наповнюваності сайтів інтернет-ЗМІ, висвітлення новин тільки поточного дня, відсутність архіву новин або його часткове наповнення, що унеможлиблює проведення ретроспективного аналізу та виявлення тенденцій настроїв місцевого населення, ставлення до проблем, пов'язаних із протидією інформаційній агресії, а також напрямів інформування стосовно проблем, які виникають унаслідок перебування в стані гібридної війни;

– відсутність роботи стосовно протидії інформаційним загрозам у напрямі роботи з «фейками» та маніпулятивними технологіями в медіасередовищі. Як наслідок – у місцевого населення не формуються медіакомпетенції, вони не спроможні розмежовувати «фейкову» інформацію, дезінформацію тощо;

– не ведеться робота з інформаційної реінтеграції східних регіонів, не висвітлюються перспективи повернення до України, адже реінтеграція окупованих територій повинна починатися саме з інформаційної складової – формування в масовій свідомості розуміння переваг та перспектив подальшого спільного розвитку.

Відповідно, регіони Східної України знаходяться та залишаються в зоні ризику стосовно деструктивних інформаційних впливів. Українські інтернет-ЗМІ не формують альтернативний порядок денний у медіа щодо протидії пропагандистському впливу. Це вказує на необхідність більш детального аналізу того, як реалізується Доктрина інформаційної безпеки України у східних регіонах, та проведення коригування основних напрямів її реалізації, особливо стосовно функціонування медіа.

#### **Список використаної літератури**

1. Владимірова Т. В. Соціальна природа інформаційної безпеки : монографія. Москва : Научное обозрение, 2014. 239 с.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо частки музичних творів державною мовою у програмах телерадіоорганізацій» 16.06.2016 № 1421-19. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1421-19> (дата звернення: 12.02.2018).

3. Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/317-19> (дата звернення: 12.02.2018).

4. Кавун С. В., Носов В. В., Манжай О. В. Інформаційна безпека : навч. посібник. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 352 с.

5. Ліпкан В. А., Максименко Ю. Є., Желіховський В. М. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції : навч. посібник. Київ : КНТ, 2006. 280 с.

6. Медіа вподобання та політичні погляди населення у 8 областях. URL: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/news/media-in-poll-8-oblasts-2017/> (дата звернення: 12.02.2018).
7. Політологія : навчальний енциклопедичний словник довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. д-ра політ. наук Н. М. Хоми ; В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін. Львів : Новий світ – 2000, 2014. 779 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Київ : Ваклер, 2001. 576 с.
9. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навч. посібник. 2-ге вид. Київ : Знання, 2008. 663 с.
10. Рущенко І. П. Російсько-українська гібридна війна: погляд соціолога : монографія. Харків : ФОП Павленко О. Г., 2015 268 с.
11. Указ президента України № 133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року “Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 12.02.2018).
12. Bao F., Chen L., Deng R. H., Wang G. Information Security Practice and Experience: 12th International Conference. Ch. : Springer International Publishing, 2016. 392 p.
13. Bornman W. G., Labuschagne L. A comparative framework for evaluating information security risk management methods. URL: [https://www.researchgate.net/publication/220803387\\_A\\_Framework\\_for\\_Information\\_Security\\_Risk\\_Management\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/220803387_A_Framework_for_Information_Security_Risk_Management_Communication) (дата звернення: 12.02.2018).
14. Goodnow T., Kimble J. J. The 10 Cent War: Comic Books, Propaganda, and World War II. М. : University press of Mississippi, 2017. 240 p.
15. Harkins M. Managing Risk and Information Security. LLC : Apress, 2013. 152 p.
16. Humphreys E. Information security management standards: Compliance, governance and risk management. *Information security technical report*. 2008. № 13. P. 247–255.
17. Kamalipour Y. R., Snow N. War, Media, and Propaganda: A Global Perspective. NY : Rowman & Littlefield, 2004. 261 p.
18. Kumar D. Media, War, and Propaganda: Strategies of Information Management During the 2003 Iraq War. *Communication and Critical/Cultural Studies*. 2006. Vol. 3. P. 48–69.
19. Layton T. P. Information Security: Design, Implementation, Measurement, and Compliance. NW : Auerbach Publications, 2016. 264 p.
20. Makhshvili L. The Russian Information War and Propaganda Narratives in the European Union and the EU’s Eastern Partnership Countries. *International Journal of Social Science and Humanity*. 2017. Vol. 7. № 5. P. 309–313.
21. Peltier T. R. Information security risk analysis. LLC : Taylor & Francis Group, 2005. 361 p.
22. Snow N. Information war: American propaganda, free speech and opinion control since 9–11. NY : Seven stories press, 2003. 176 p.
23. Whitman M. E. Enemy at the gate: threats to information security. *Communications of the ACM*. 2003. Vol. 46. № 8. P. 91–95.

Стаття надійшла до редакції 28.05.2018.

---

**Крижановская В. И. Репрезентация темы информационной безопасности в восточнoукраинских интернет-СМИ**

Статья посвящена рассмотрению особенностей медийной репрезентации темы информационной безопасности в интернет-СМИ наиболее информационно уязвимых регионов: Донецкой, Луганской и Харьковской областей, – что актуализируется в условиях гибридной войны, которой охвачена Украина, непосредственно в тех регионах, где переплетается украинское и российское информационное пространство и идет борьба за доминирование в нем с возможностью формирования необходимой картины мира. Предложена и реализована методика исследования медийной репрезентации темы информационной безопасности. В результате проведенного исследо-

вания выявлена специфика региональных интернет-СМИ по освещению темы информационной безопасности, а также ограниченность информационной работы с уязвимыми регионами, что указывает на информационные риски и те направления, которые необходимо усиливать для становления безопасного информационного пространства восточных регионов Украины.

**Ключевые слова:** информационная безопасность, информационная война, социальные технологии, интернет-СМИ, угрозы информационной безопасности.

### **Kryzhanivska V. Representation of the Topic of Information Security in the Eastern Internet Media**

*The article highlights the peculiarities of the media representation of information security in the Internet media of the most informatively vulnerable regions – Donetsk, Luhansk and Kharkiv regions, which is being updated in the context of the hybrid war Ukraine is involved in, directly in those regions where the Ukrainian and Russian information space is intertwined and the struggle is taking place for domination in it with the possibility of forming the necessary picture of the world. It leads to the negative state of the Ukrainian information space, the violation of the integrity and unity of the country (both territorial and informational), the formation of the socio-psychological atmosphere of total distrust (especially to the authorities and the media), and «subversive social technologies» of the aggressor country are aimed at supporting permanent destabilization, panic moods and fears, forming pessimistic attitudes towards future vectors of Ukraine’s development and more global socio-political consequences – irredentism and separatism. Accordingly, the question arises as to the counteraction to such negative informational influences and the formation of an effective system of protection of its own information space. And in this context, the media (television, press, radio and the internet) play the important role as a tool of information aggression, as well as a means to improve the state administration of the information sphere, to fill it with reliable information, and also informative education of citizens.*

*Social technologies that can form conscious and critical perceptions of the world picture and those processes occurring in the East of Ukraine, prevent a social split and destructive influences on the mass consciousness, in particular by producing national content and limiting access to anti-Ukrainian content, which is full of ideologies and myths transmitted through cinema, books, holidays, history, heroes, symbols. As for the provision of information security, the media play an important role as a social institution – the «virtuosos of the senses», whose role is to control the production of certain content and the transfer of values, to formulate the features of awareness of certain events and values, to create the stereotypes of behavior, to lay of frames of perception of the world, or, on the contrary, to destruct these frames, the legitimization of morality and certain practices of behavior. Therefore, the research interest is caused by the topic of information security in the regional Internet media, the specifics of illumination and vulnerable parties.*

*Accordingly, the article proposes and implements a method for studying the media representation of the topic of information security. As a result of the research, the specifics of the regional Internet media on the coverage of the topic of information security, as well as the limited information work with vulnerable regions, reveal the information risks and the areas that need to be strengthened to establish of a secure information space in the eastern regions of Ukraine.*

**Key words:** information security, information warfare, social technologies, Internet media, threats to information security.

**Б. В. СЛЮЩИНСЬКИЙ**

**МІЖКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ  
УКРАЇНСЬКОГО ПРИАЗОВ'Я В ПЕРІОД ПОЛІТИЧНОЇ КРИЗИ:  
ПРОЦЕСИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ**

*У статті висвітлено деякі чинники розвитку українського Приазов'я в сучасний період нестабільності та політичної кризи, які є наслідком поліетнічності населення й агресії Росії. Така ситуація назривала ще з 90-х рр. ХХ ст. й дійшла піку сьогодні. Проаналізовано історичні періоди розвитку регіону та чинники, які призводили до створення в регіоні багатонаціонального складу населення, що сприяло формуванню міжкультурних відносин. Важливим чинником, який впливав і впливає на міжкультурні відносини, є політичний.*

**Ключові слова:** міжкультурна комунікація, етнодемографічна ситуація, етнонаціональні відносини, національність, етнос, конфлікт крос-культурний.

Міжкультурні відносини в будь-якому суспільстві залежать від соціально-політичної, соціально-економічної та інших ситуацій і є постійно змінними. За своїм історичним розвитком українське Приазов'я вже від самого початку свого існування було багатонаціональним. На це впливали особливості заселення регіону.

Етнодемографічна ситуація, що склалася в українському Приазов'ї на 90-і рр. ХХ ст., була успадкована Українською державою від радянської доби. За часів Радянського Союзу сюди традиційно спрямовувався основний потік іммігрантів з інших республік. Так, за десятиліття, що минуло між останніми Всесоюзними переписами населення в СРСР (1979 та 1989 рр.), саме в Донецькій, Дніпропетровській, Харківській областях мав місце найвищий, порівняно з рештою регіонів України приріст населення за рахунок міграції. Таким чином, за останні десятиліття існування СРСР кількість прибулих в Україну представників корінних національностей інших союзних республік постійно зростала, тягнучи за собою зміни в етнонаціональній структурі населення регіону не на користь українського етносу. А з проголошенням політики перебудови до міграційного потоку влилися представники депортованих народів, які отримали можливість повернутися на батьківщину. Крім цього, варто зауважити, що саме у Приазов'ї, де проживало багато етносів, які за радянських часів були змушені змінити свої національності, повернули собі їх назад, як наприклад: греки, німці тощо. Хоч сьогодні у зв'язку з відміною в паспорті графі «національність» і непроведенням з 2001 р. перепису населення встановити кількість представників тієї чи іншої національності важко, бо національності стають дещо «розмитими», спільнота завжди буде зберігати свою національну належність, бо вона виражається в етнонаціональних відносинах.

Проблему етнонаціональних відносин в Україні досліджувало багато вчених, зокрема такі сучасники, як: Л. Аза, А. Арсеєнко, В. Королько, О. Резнік, Ю. Романенко, А. Ручка, І. Святненко, В. Степаненко, В. Чигрин



та ін. Незважаючи на це, саме регіон українського Приазов'я в цьому плані досліджений недостатньо, але саме тут ця проблема стоїть нині досить гостро. Вона сьогодні загострюється ще й у зв'язку з військовими діями, які тут відбуваються.

*Метою статті* є аналіз міжкультурних чинників, процесів соціалізації та політичної кризи останніх років, що вплинули на особливості розвитку сучасного українського Приазов'я. Для її досягнення потрібно вирішити такі завдання: проаналізувати етнонаціональний склад населення регіону, враховуючи й вимушено переміщених осіб, вплив історичних і сучасних чинників на формування соціально-політичних та соціально-економічних відносин у регіоні, формування культури населення, міжкультурної комунікації й соціалізації.

Українське Приазов'я – багатонаціональний регіон. Вже із самого початку заселення приазовських земель її мешканці – представники багатьох національностей і етносів. Початком колонізації Приазов'я можна вважати Універсал Стефана Баторія «Про вольності козацькі». За ним, землі від нижніх порогів Дніпра і до правого узбережжя р. Кальміус віддавались у розпорядження козакам [7, с. 27]. Власне ця територія Приазов'я увійшла до складу Кальміуської паланки. Тому першими мешканцями м. Маріуполя були козаки, які за етнічним походженням склалися переважно з українців, росіян та поляків: 64,36%, 8,09%, 27,54% відповідно [6, с. 133–134].

Процес заселення відбувався на тлі російської експансії на землі Північного Приазов'я. Звичайно, він був викликаний, перш за все, метою послаблення Кримського ханства, яке перебувало у васальній залежності від Османської імперії [4]. У грудні 1762 р. видано Маніфест Катерини II, який запрошував переселитися в Росію «всіх бажаючих іноземців». Уряд імператриці гарантував значні права і привілеї всім бажаючим освоювати нові території імперії. Упровадження Маніфесту в життя стало можливим лише після завершення російсько-турецької війни 60–70 рр. XVIII ст. та руйнації в 1775 р. Запорозької Січі [7, с. 27], тобто тоді, коли офіційно регіон Приазов'я увійшов до складу Російської імперії. Як бачимо, російський уряд здійснив рішучі дії щодо виведення греків-християн із Криму наприкінці 1770-х рр. До того в Приазов'ї вже були запорозькі козаки. Отже, можна констатувати той факт, що на момент приєднання території сучасного українського Приазов'я до Російської імперії тут проживали здебільшого представники українського етносу. Але для Росії це були вільні землі (Новоросія), які потрібно було використати й тим самим забезпечити безпеку держави в цьому регіоні. Найбільшим земельним здобутком були Ногайські степи.

До середини 70-х рр. XVIII ст. основними етнічними групами південно-східної України були українці, серби й росіяни. Першими іноземцями, офіційно запрошеними для освоєння нових земель, були греки-християни [14, с. 121–124]. Їх правовий статус визначила «Жалувана Грамота Катерини II» від 21 травня 1779 р., але місця розселення – «Ордер» Г. О. Потьомкіна, підписаний 29 вересня 1779 р.

Кількість греків-переселенців з Криму нараховувала близько 18 400 (за деякими даними, 18 300) осіб. Відповідно до «Грамоти», переселенців поділяли на купців, міщан і селян. У своїх правах вони прирівнювалися до корінного населення. Разом з греками сюди були переселені 12 598 вірмен, 219 грузин, 162 волоха, загалом 31 379 осіб [7, с. 27–29].

У 1803 р. на території Маріупольського повіту з'явилися німецькі переселенці. Вони набули в Росії статусу «колоністів», що дозволяло їм зберегти етнічну специфіку й наділяло особливим місцем у російському суспільстві. Серед них переважали лютерани та католики. За своїм статусом до німців були прирівняні й меноніти – сектанти-анабаптисти голландського походження, які займалися виключно землеробством [9, с. 217–218]. Унаслідок цього на початку ХІХ ст. в Маріупольському повіті проживало майже 20 тис. осіб німецької національності. Більшість з них були вихідцями з Пруської Сілезії, онімеченої колишньої польської провінції (Szlask); про це свідчать їхні польські прізвища: Маєвські, Грунські, Піонтковські тощо. У 1823 р. було створено Маріупольський колоністський округ, до складу якого увійшло 17 німецьких колоній. Права та обов'язки колоністів визначав «Устав про колонії», за яким вони отримали пільги в оподаткуванні й торгівлі. Переважна більшість колоністів мешкала в селах, займаючись землеробством, скотарством, а окремі групи – у містах, де займалися ремеслами та торгівлею.

Слідом за німцями почалося переселення селян своїми, російсько-підданими поміщиками, що підтримувалось царським урядом. Так виникли с. Андріївка-Клевцова (зараз Іскра), Старомайорське та інші.

Наприкінці ХVІІІ ст. у регіоні з'явилися болгари. Ускладнення соціального та політичного становища болгар у Бессарабії внаслідок кримської війни, з одного боку, й активність Росії у справі переселення – з іншого, створили сприятливі умови для їх заселення на теренах України та Приазов'я.

Зауважимо, що після закінчення війни 1829 р. із Туреччини до Приазов'я повернулось козацтво. Козаки створили військову організацію «Військо Азовське» й заснували станиці: Покровську, Нікольську, Стародубську, Новоспаську і Петровську. За часів ліквідації Війська Азовського офіцери та родові козацтво отримали у власність земельні наділи, що дало їм змогу закріпитися на територіях Приазов'я.

У 1862 р. на землях Приазов'я з'явилося 13 288 переселенців, які заснували 6 колоній і набули статусу іноземних колоністів. Тобто звернення імператриці Катерини ІІ із запрошенням до переселення в основному вже було виконане, але наприкінці першої половини ХІХ ст. ще залишалися незаселені землі, тому проводилася певна їх ревізія й відмежування до державної казни.

На початку 40-х рр. ХІХ ст. почались нові переселення до Приазов'я. Новими переселенцями стали російсько-піддані – євреї. Вони приїздили сюди з північно- і південно-західних губерній Росії. Це нащадки вихідців із Польщі та Пруссії. Перші єврейські поселення з'явилися у 1846 р. З 1859 р., коли у Маріуполі було дозволено селитися представникам негре-

цької національності, кількість городян-євреїв збільшується. Наприкінці XIX ст. в місті їх нараховувалося вже понад 650 осіб. Більшість єврейського населення була іудейського віросповідання. Їх головним заняттям були торгівля та ремесла. Для заселення решти земель до Маріупольського повіту почали переселяти державних селян із малоросійських та російських губерній. Вони повинні були скласти етнографічний конгломерат регіону. Найбільше переселенців вийшло з Полтавської, Харківської, Чернігівської, Курської й навіть Смоленської губерній. Вони прийшли сюди як люди бувалі, такі, що знають свою справу, швидко освоїлись і розкинули свої поселення вздовж річок та балок. Нарешті, останнім переселенням до Приазов'я стало переселення легіону волонтерів, який складався з греків-добровольців, вихідців із Грецького королівства, що воювали під час Севастопольської війни, та добровольців із Туреччини, які до них приєдналися.

В останній чверті XIX ст. почали виділятися нові грецькі села із числа вже існуючих. Так, у 1881 р. було засноване с. Нова Карань (Кам'янка Тельмановського р-ну) вихідцями із Карані і с. Ново-Ігнатіївка – вихідцями із Ігнатіївки. Ці села почали швидко розвиватися, і вже у 1883 р. в них проживало 786 і 872 осіб відповідно. У 1893 р. були засновані села Македонівна (вихідцями із Сартани, де було у 1893 р. 37 дворів і 218 мешканців), Келлерово, або Новий Чермалик (вихідцями із Чермалика: 35 дворів, 159 мешканців), Новобогатир і Ново-Богатир-2 (вихідцями з Богатиру; в обох разом було 25 дворів і 180 мешканців, сьогодні це відповідно Шахтарське і Ясна Поляна Великоновоселківського р-ну). Наприкінці XIX ст. сформувались як окремі села Ново-Бешеве й Новий Комар.

Таким чином, наприкінці XIX ст. в українському Приазов'ї склалося багатоетнічне середовище. У 1892 р. там жило 34% греків, 50% українців, 13% німців, 3% євреїв, а також вірмени, грузини, болгари, серби тощо [16, с. 156–158]. Але офіційні документи визначали етнічний склад населення відповідно до їх релігії: православні становили майже 89%, лютерани – 4,6%, іудеї – 4,2%, католики, меноніти – 2,4% від населення Маріупольського повіту Катеринославської губернії. Проте заселення краю на цьому не закінчилося, але все ж таки до середини 60-х рр. XIX ст. в основному воно завершилося, про що свідчить карта Маріупольського повіту за 1897 р. У його заселенні брали участь різні етнічні групи. На засвоєних територіях між ними встановлювалися торговельно-економічні зв'язки, виникала міжкультурна комунікація, але кожна етнічна група населення прагнула зберегти свою національну культуру, свою національну самобутність. Ці процеси не припиняються досі. Адже сьогодні, в період гібридної війни відбуваються не тільки масові переселення населення, а й дуже активна російська пропаганда. Вона вселяє в деяку частину населення регіону проросійські настрої. З одного боку, ми збільшуємо кількість україномовних телепрограм, але відбувається, з іншого боку, і «зросійщення» населення Донбасу та Криму. Уже планується керівництвом так званої ДНР з вересня 2017 р. перевести всі школи на тимчасово окупованих територіях України на викладання лише російською мовою. Чи це не новий наступ на українську мову? Не важко собі уявити, які наслідки від цього отримає населення ре-

гіону. Це буде новий поділ населення за мовними ознаками, який може призвести до крос-культурних конфліктів. Адже й сьогодні в м. Маріуполі на вулицях не почути української мови. Населення регіону здебільшого розмовляє суржиком, навіть випускники шкіл недостатньо досконало володіють українською мовою.

Очевидно, цей «суржик» є результатом нав'язування десятиліттями російської мови в регіоні. Адже українські школи працювали російською мовою, бо батьки писали заяви, в яких просили звільнити їх дитину від вивчення української мови у зв'язку з тим, що їй вирізали апендицит, чи що вона перехворіла ангіною чи чимось іншим (власна перевірка шкіл Жданова, сьогодні Маріуполь у 1986-87 рр.). Отже, такі політичні дії вплинули на сьогоднішній стан спільноти регіону.

Як повідомляв ще у 1892 р. І. Александрович: «По народній освіті Маріупольський повіт займав одне із перших місць: на сьогодні налічується 60 народних шкіл (включаючи три школи у місті)... Крім того у минулому навчальному році відкрито 10 недільних повторювальних шкіл і всі вони забезпечені бібліотеками» [2, 33–34].

Недільні повторювальні школи призначались не тільки для дітей, в них могли перевірити свої знання і дорослі, про що сповіщає на повітових земських зборах 9 жовтня 1882 р. барон М. Корф: «...з дозволу начальника губернії, я у якості дійсного члена Катеринославського статистичного комітету, збирав грамотних селян у шести поселеннях Александрівського і Маріупольського повітів, і біля чотирьох сотень грамотних висловили вдячність за думку про залучення їх до недільної школи і цілковиту готовність відвідувати їх» [12, с. 85].

У середині 20-х рр. ХХ ст. держава звертає увагу на національні питання. В Україні починається етап українізації, який не оминув і Приазов'я. На 1924 р. відсоток викладання в школах українською мовою дійшов найвищого по Україні рівня – 0,4%. Оскільки в Маріуполі проживала велика кількість греків, то з 1925 р. створюються грецькі національні школи: 13 греко-еллінських і 4 греко-татарських. З'явилась і одна єврейська школа [5]. Розвиток підприємств сприяв збільшенню населення, а отже, і навчальних закладів та учнів (табл. 1).

Таблиця 1

**Кількість учнів, які навчалися у Маріупольських школах  
у 1931–1935 рр.**

№	Навчальні роки	Кількість учнів
1	1931–1932	19 826
2	1932–1933	26 637
3	1933–1934	28 755
4	1934–1935	37 631

Крім цього, курс на індустріалізацію вимагав і спеціальних закладів, тому в місті відкриваються середні спеціальні та вищі навчальні заклади (табл. 2).

Таблиця 2

**Перелік середніх спеціальних та вищих закладів м. Маріуполя**

№	Назва навчального закладу	Рік відкриття
1	Вечірній індустріальний технікум	1927
2	Вечірній індустріальний інститут (на базі вечірнього індустріального технікуму)	1930
3	Десятирічна трудова школа з металургійним нахилом при заводі ім. Ілліча	1930
4	Десятирічна трудова школа з механічним профілем	1930

Як бачимо, наприкінці 30-х рр. у Маріуполі вже діяла 81 школа, де навчалось 39 703 осіб, та металургійний інститут, який з 1937 р. почав працювати стаціонарно.

Проаналізуємо процеси соціалізації та особливості інкультурації в регіоні в наш час. За даними департаменту освіти Маріупольської міської ради, тут діє 64 школи, в яких навчається 77 965 учнів, 3 ліцеї, 2 гімназії 8 спеціалізованих шкіл, 2 спеціалізовані школи з вивченням новогрецької мови. Були відкриті 3 школи та 11 дошкільних закладів з українською мовою навчання, а також 280 українських класів (16% від загальної кількості), продовжували розвиватися заклади вищої освіти: Приазовський державний технічний університет, до складу якого входять три технікуми, транспортний коледж, технічний ліцей, інститут підвищення кваліфікації; Маріупольський державний університет; Азовський морський інститут національного університету «Одеська морська академія»; Донецький державний університет управління; Маріупольський державний університет; Маріупольський навчально-консультаційний центр Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського; Навчально-консультаційний пункт у м. Маріуполі Харківського національного університету внутрішніх справ та інші. Всього 10 університетів, академій та інститутів, в яких станом на 2018 р. навчається 24 337 студентів, і 19 коледжів, технікумів, училищ, в яких навчаються 7849 студентів, а також в м. Маріуполі сьогодні діють інші заклади: 11 профтехучилищ, 97 дошкільних закладів, 6 шкіл естетичного виховання, у яких навчалися 3207 дітей, 4 палаци дитячої та юнацької творчості, станції юних техніків, 38 дитячо-юнацьких клубів, заклади культури. До речі, у закладів культури давня історія. Уже у 1847 р. у Маріуполі існував російський драматичний театр, у 1884 р. створено Маріупольське музично-драматичне товариство, у 1887 р. відкрито концертний зал, на сцені якого виступали Рютчі, Чарський, Ковельський, Кропивницький, Старицький та ін., у 1870–1871 рр. виникла друкована справа (типографія) [8, с. 292–295]. У 1910 р. заснована приватна музична школа Л. Каневського [1, с. 107].

Зараз у регіоні діє 5 палаців культури, 4 будинки культури і клуби, 26 бібліотек, Маріупольський краєзнавчий музей, музей побуту і етнографії населення Приазов'я, музей історії і побуту греків Приазов'я, виставковий зал ім. А. Куїнджі, об'єднання парків культури та відпочинку, Донецький академічний обласний ордена «Знак пошани» драматичний театр

(м. Маріуполь), 3 кінотеатри, Камерна філармонія, муніципальні оркестри: камерний «Ренесанс», духовий оркестр, оркестр народних інструментів.

У палацах культури та клубах працює 150 формувань, в яких займаються близько 5100 осіб, із них 2780 – діти. Крім цього, у регіоні функціонують Палац спорту, стадіон «Іллічівець», футбольний стадіон «Азовець», спортивний комплекс «Азовмаш», 18 дитячо-юнацьких спортивних шкіл, де займаються 8 тис. дітей і підлітків, тощо. Спортивні команди міста беруть участь у чемпіонатах та інших змаганнях, зокрема міжнародних.

Перелічене вище визначає рівень соціалізації та інкультурації суспільства. Чому на цьому наголошено? Тому що саме економіка й політика, культура та релігія, мистецтво й техніка регулюють етнонаціональну проблематику в багатонаціональних регіонах, а українське Приазов'я є саме таким унікальним етнокультурним ареалом із досить складною та своєрідною історією етнокультурного розвитку [3, с. 82–87]. Демократизація суспільства, що розпочалася наприкінці ХХ ст., та утворення незалежної України зумовили зростання національної свідомості народів українського Приазов'я [15, с. 136–137]. Разом з тим, багатонаціональний характер населення регіону знайшов відображення в різноманітних формах міжетнічних відносин, які створюють і відповідні етноетикетні норми. Етноетикетні норми, хоч і змінені часом та соціокультурною ситуацією, у вигляді, в якому вони дійшли до наших днів або збереглись у народній пам'яті, несуть у собі великий потенціал, підтримку суспільної солідарності та рівноваги, бо за ними стоять освячені історичною традицією етичні принципи щирості, гостинності, людяності в повному розумінні цього слова. Саме повернення до своєї історичної пам'яті, збереження своїх етнонаціональних традицій сприяє об'єднанню людей не лише за фаховими ознаками, а й за етнонаціональними. Так, у регіоні виникли Об'єднання грецької молоді України із центром у Маріуполі (ОГМУ), міське товариство греків [11, с. 105–109], єврейське культурно-просвітнє товариство, українське товариство «Просвіта», грузинське, вірменське, німецьке, польське тощо.

Звичайно, не можна відкидати й ролі *сім'ї* як одного з найважливіших соціальних інститутів, який має вагомий вплив на соціалізацію та інкультурацію населення. Спілкування в сім'ї дає змогу дитині виробити власні погляди, норми, ідеї тощо, тобто пройти важливі етапи соціалізації й інкультурації, без яких неможливо сприймати навколишній світ і брати участь у життєдіяльності суспільства. Діти вчаться в батьків певних способів поведінки, засвоюють певні правила й настанови. У кожній сім'ї дещо в зміненому вигляді, але все-таки передаються «поколінні» правила поведінки: звички, традиції, норми, мораль тощо з етнонаціональним забарвленням. Тому соціалізацію та інкультурацію можна поділити на: *домашньо-національну* та *вулично-інтернаціональну*. Саме постійна змінюваність і ускладнює процес соціалізації та інкультурації в багатонаціональному регіоні. Сюди ж потрібно додати вплив західних культур за допомогою розвиненої мережі радіо-телебачення та Інтернету. Бажаючи чимось бути схожими на своїх однолітків із «Заходу», молодь прагне копіювати їхню поведінку [13, с. 139–146]. Не можна оминати увагою сьогодні й внутрі-

шньо переміщених осіб. Адже їм досить важко адаптуватися до нових умов життя й нових громад.

Внутрішнє переміщення призвело до того, що члени багатьох родин віддалилися одне від одного через те, що особисті, соціальні та культурні зв'язки було обірвано й спілкування між ними припинилося. Особливо від цього постраждали діти, які переміщуються без супроводу батьків або осіб, які їх замінюють, а також очолювані жінками домогосподарства та люди похилого віку. Поляризація позицій людей у результаті конфлікту великою мірою вплинула на суспільну згуртованість та єдність сім'ї як серед ВПО, так і в громадах, що приймають. Проте розлука з родиною, віддалення від друзів та обмежений доступ до мереж соціальної підтримки, зумовлені внутрішнім переміщенням, роблять особливо уразливими саме ВПО. Багато ВПО відчувають себе відірваними від своїх колишніх громад та водночас живуть в новому місці із почуттям нестабільності через повну невизначеність та затяжний характер ситуації, у якій вони опинилися [10].

На міжкультурні чинники розвитку українського Приазов'я впливає й демографічна ситуація. Зробимо порівняльний аналіз розподілу постійного населення м. Маріуполя за останні два роки (табл. 3).

Таблиця 3

**Розподіл постійного населення м. Маріуполя (міська рада)**

Станом на 01.01.2017 (обидві статі)				Станом на 01.01.2016 (обидві статі)			
Вік (років)	Міські поселення та сільська місцевість	Міські поселення	Сільська місцевість	Вік (років)	Міські поселення та сільська місцевість	Міські поселення	Сільська місцевість
18	3532	3527	5	18	3718	3711	7
19	3710	3703	7	19	4092	4078	14
20–24	21549	21500	49	20–24	23087	23043	44
25–29	33332	33273	59	25–29	35461	35400	61
30–34	38173	38109	64	30–34	38021	37965	56
35–39	36718	36674	44	35–39	37457	37409	48
40–44	36023	35969	54	40–44	35566	35514	52
45–49	33290	33234	56	45–49	32315	32254	61
50–54	32936	32867	69	50–54	34747	34685	62
55–59	34699	34639	60	55–59	34106	34034	72
60–64	30633	30569	64	60–64	30994	30939	55
65–69	30633	30569	64	65–69	26647	26586	61
70 і старше	27437	27384	53	70 і старше	66644	66644	148

Як показують результати таблиці, незначно збільшилося населення віком від 30 до 34 років, від 40 до 49 років, від 55 до 59 років і від 65 до 69 років. Молодь в основному залишає населені пункти Маріуполя. Незначне збільшення людей середніх років свідчить про наявність змушених переселенців.

Потрібно також враховувати й кількісний склад тієї чи іншої етнонаціональної групи. Саме він впливає на процеси амальгамації, декультура-

ції, акультурації чи асиміляції, створюючи або діаспору, або взаємопроникнення культур, або розчинення, але в будь-якому разі можна стверджувати, що процес соціалізації та інкультурації не проходить без створення «третьої культури», за допомогою якої й реалізуються ті взаємозв'язки та взаємовідносини, що зберігають певну рівновагу в суспільстві.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи висловлене вище, можна констатувати:

1. Історичні фактори заселення українського Приазов'я справляли неоднозначний вплив на рівень етноконфліктності й викликали відповідні демографічні, етнокультурні, етносоціальні та статусно-рольові зміни соціально-просторової структури цього соціуму.

2. Специфіка розселення етнонаціональних груп призводила до появи культурно-своєрідного ментального стереотипу, який, з одного боку, поєднував соціум, а з другого – допомагав представникам різних етнонаціональних груп на певному рівні зберегти свою національну культуру.

3. Політика Російської імперії, а згодом Радянської влади, спрямована на примусове переселення та переселення, викликане розвитком промисловості регіону, не сприяла зближенню національностей та етносів, а створювала адаптаційні складності й специфічну міжкультурну комунікацію.

4. Сподівання на подолання негативів минулого та етнічне відродження за нових умов незалежності України супроводжувались одночасною актуалізацією серед етнічних спільнот старих і виникненням нових суперечностей.

5. Уособлення держави з етнічною більшістю (патерналізм) створило небезпеку перетворення титульного державоформувального етносу на об'єкт реалізації протестного потенціалу етнічних меншостей, особливо у відносинах між українцями й росіянами.

6. Сучасні військові дії, які відбуваються на Сході України, звичайно, впливають на настрої населення Приазов'я, його менталітет, культуру, відносини, погляди та соціалізацію.

7. Процеси соціалізації та особливості інкультурації створили відповідний рівень міжкультурної комунікації, яка у своєму генетичному вимірі є одночасно наслідком минулого та продуктом сучасності.

Разом з тим, чітко окреслюється необхідність проведення подальших наукових досліджень, адже нинішні події, особливо постійне збільшення тимчасово переміщених людей, «поділ» їхніх поглядів на сьогоднішній день, постійне реформування закладів освіти різного рівня, пошук роботи та працевлаштування вносять певні корективи в сучасні процеси соціалізації.

#### Список використаної літератури

1. Адрес-календарь «Весь Мариуполь и его уезд на 1910 г.». Мариуполь : Тип-я С. А. Копкина, 1910. 166 с.

2. Александрович И. Э. Краткий обзор Мариупольского уезда. 2-е изд. (репринтное). Мариуполь : Типо-Литография А. А. Франтова, 1897. 116 с.

3. Биков О. М. Конституційно-правовий статус національних меншин в Україні. Київ : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАНУ, 2001. 354 с.



4. Греки России и Украины / сост. и отв. ред. Ю. И. Иванова. Санкт-Петербург : Алетей, 2004. 624 с.
5. Звіт комісії ВУЦВК про обслідування стану грецького населення у Маріупольській окрузі (не раніше 29 серпня 1925 р.). ЦДАВО України. Ф. 413. Оп. 1. Спр. 100. Арк. 14–39.
6. Кабузан В. М. Заселение Новороссии в XVIII – первой половине XIX века (1719–1858 гг.). Москва : Наука, 1976. 307 с.
7. Кухаречко М. К. Формування національного складу населення Маріуполя наприкінці XVIII – 60-х рр. XIX ст. *Маріуполь: історія і перспективи* : сб. трудов науч.-практ. конф. Маріуполь, 2002. Т. 2. С. 27–29.
8. Маріуполь и его окрестности : Издание Почетного попечителя Д. Ал. Хараджаева. Маріуполь : Типо-Литографія А. А. Франтова, 1892. 461 с.
9. Писаревский Г. Г. Переселение прусских меннонитов в Россию при Александре I. Ростов-на-Дону : Тип. т-ва С. С. Сивожелезов и К°, 1917. С. 217–218.
10. Право на повагу до сімейного життя закріплено в загальних та регіональних правових документах, а право на єдність сім'ї є невід'ємною частиною права на сімейне життя. Загальна декларація прав людини Організації Об'єднаних Націй, Європейська конвенція з прав людини, що набула чинності щодо України 11 вересня 1997 р. URL: [http://www.echr.coe.int/Documents/Convention\\_UKR.pdf](http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf) (дата звернення: 03.04.2018), Керівні принципи ООН щодо переміщення осіб всередині країни (Управління Верховного комісара ООН у справах біженців).
11. Пряхин Ю. Д. Вопросы национально-культурного возрождения греков Донбасса и Приазовья: исторические предпосылки, современные проблемы. *Донбасс и Приазовье: Проблемы социального и духовного развития* : тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф., Маріуполь, 26–27 мая 1993 г. Маріуполь, 1993. С. 105–109.
12. Сборник постановлений Маріупольскаго земства по народному образованию. Маріуполь : Типо-Литографія А. А. Франтова, 1894. Ч. II. 466 с.
13. Слющинський Б. В. Вплив етнонаціонального складу населення українського Приазов'я на формування ціннісних орієнтацій спільноти сучасного регіону. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Філософія, культурологія, соціологія* / за заг. ред. д-ра політ. наук, проф. К. В. Балабанова. Маріуполь : Видавничий центр МДУ, 2016. Вип. 13. С. 139–146.
14. Сорока Т. И., Пономарева И. С. О проблеме этнической истории мариупольских греков. *Донбасс и Приазовье: Проблемы социального и духовного развития* : тез. докладов Междунар. науч.-практ. конф. Маріуполь, 1993. Т. 2. С. 121–124.
15. Стяжкина Е. В. Духовная жизнь греческого народа в культурных процессах Донбасса (1960–1990). *Донбасс и Приазовье: Проблемы социального и духовного развития* : тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. Маріуполь, 1993. С. 136–137.
16. Усенко П. Г. Специфіка національного складу населення маріупольського повіту Катеринославської губернії наприкінці XIX ст. *Донбасс и Приазовье: Проблемы социального и духовного развития* : тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. Маріуполь, 1993. С. 156–158.

Стаття надійшла до редакції 22.04.2018.

**Слющинский Б. В. Межкультурные факторы развития украинского Приазовья в период политического кризиса: процессы социализации**

*В статье освещаются некоторые факторы развития украинского Приазовья в современный период нестабильности и политического кризиса, которые являются следствием полиэтничности населения и агрессии России. Данная ситуация назревала еще с 90-х гг. XX в. и достигла пика сегодня. Анализируются исторические периоды развития региона, которые обуславливали создание в регионе многонационального состава населения, что привело к формированию межкультурных отношений. Важным фактором, который влиял и влияет на межкультурные отношения, является политический.*

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, этнодемографическая ситуация, этнонациональные отношения, национальность, этнос, конфликт кросс-культурный.

**Slyushchynskyy B. Cross-Cultural Factors of Development of Ukrainian Pryazov'ye in the Period of Political Crisis: Processes of Socialization**

*The article discusses key factors of the development of Ukrainian Pryazov'ye in the contemporary period of instability and political crisis that is a consequence of a multinational population and the aggression of Russia. This situation emerged already during the last decade of the XX century and reached a peak today. The author analyses the historical periods of regional development and factors that resulted in a multinational composition of the population in the region, and the formulation of cross-cultural relations. An important factor that has had a long-term influence on cross-cultural political relations is possible to consider Universal of Stefan Batoriya beginning of colonization of Pryazov'ye «About liberties Cossack». The further settling took place in the background of Russian expansion. To the middle 70s of XVIII century the basic ethnic groups of South-East Ukraine were Ukrainians, Serbians and Russians. The first foreigners officially invited for settling on new territory were Greeks-Christians. Their legal status was defined by «Granted Deed of Katarina II» from May 21 in 1779, and their placement was determined by the «Warrant» of G. O. Potemkin, signed on September 29 in 1779. At the beginning of 40s of XIX century, new waves of migration began to Pryazov'ye. The new groups of migrants were of Jewish origins. They arrived here from North – and South-West provinces of Russia. They are descendants of natives from Poland and Prussia.*

*Thus, it is possible to assert that all these factors had an influenced on the present state of cross-cultural communication, and also resulted in a political crisis. In summary, it is possible to say, that:*

*1. The historical factors of the settlement of Ukrainian Pryazov'ye had an ambiguous influence on the level of ethnical conflict and caused the corresponding demographic, and status changes of the socio-spatial structure of this society.*

*2. The specific of settling of ethnic and national groups resulted in the appearance of a civilized manner - original mental stereotype that on one hand combined society, and on the other hand, helped the representatives of different ethnic and national groups at certain level to save the national culture.*

*3. Personification of the state with ethnic majority created the danger of transformation of title forming of state ethnos on the object of realization of protest potential of ethnic minority, especially in relations between Ukrainians and Russians.*

*4. The processes of socialization and feature of enculturation created the corresponding level of cross-cultural communication that in the genetic measuring is simultaneously the consequence of the past and product of the present day.*

**Key words:** cross-cultural communication, demography of ethnos, situation, ethno-national relations, nationality, ethnos, cross-cultural conflict.

**Ф. С. ХРУСТАЛЬОВ, А. АШУРБЕКОВ**

## **СОЦІОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ПРОЦЕСІВ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

*У статті наведено аналіз даних соціологічного дослідження перших результатів децентралізації в Запорізькому регіоні. Стверджується, що існують міфи й стереотипи, які супроводжують реформу. Влада недооцінює наявність протестних настроїв у населення та рівень опору реформам з боку пересічних громадян. Згідно з опитуванням експертів, існує слабке кадрове забезпечення органів управління громад. ЗМІ та інші інформаційні ресурси повинні донести до людей реальні позитивні результати реформ.*

**Ключові слова:** реформи в Україні, децентралізація, соціологічні дослідження, Запорізький регіон, населення громад, результати реформ, громадська думка, експертне опитування.

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

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

Децентралізація дасть змогу змінити механізм місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Метою реформи є створення й підтримка повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян у всіх сферах життєді-

яльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Для більш ефективного управління реформою доцільно постійно простежувати її впровадження, налагодити зворотній зв'язок суб'єкта управління та громад. Соціологічні дослідження процесу реформування необхідні для постійного моніторингу ефективності управлінських рішень, вистежування реакції мешканців громад на зміни.

**Мета статті** – надати аналіз даних соціологічного дослідження перших результатів децентралізації в Запорізькому регіоні.

Проблему децентралізації державної влади й органів місцевого самоврядування в Україні вивчали В. Авер'янов, Г. Атаманчук, Л. Белей, І. Бутко, В. Ковальова, К. Линьов, А. Ткачук, В. Цветков та ін.

Соціологічні дослідження реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади були проведені наприкінці 2017 р. на замовлення Ради Європи Київським міжнародним інститутом соціології та Центром «Соціальні індикатори» [1].

Для комплексного вивчення поточного стану реформи децентралізації в Запорізькій області у 2017 р. було проведено соціологічне дослідження, у ході якого застосовано такі методи:

1. Анкетування керівників і працівників адміністрацій новостворених територіальних громад області (зокрема старостів відповідних територій). Опитано 100 осіб.

2. Телефонне опитування/анкетування населення новоутворених громад за квотною вибіркою, що репрезентативна статевовіковій структурі жителів громад. Опитано 150 осіб старше 18 років із шести громад, утворених у 2015 р.

3. Експертне опитування фахівців, які реалізують реформу децентралізації в Запорізькій області. Опитано 16 осіб.

Завдання дослідження – з'ясувати такі моменти:

- оцінка населенням змін якості життя;
- оцінка представниками влади громад роботи в нових умовах;
- основні успішні проекти, на думку представників громад;
- оцінка ходу реформи в регіоні з боку ключових експертів;
- основні труднощі, з якими зіткнулися представники громад;
- основні соціально-економічні проблеми території.

Є різні варіації ставлення соціальних акторів до реформи, що відіграє суттєву роль у ході просування реформи:

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

Результати дослідження свідчать, що існують міфи та стереотипи, які супроводжують реформу. Одним з таких є міф про «маленьку людину». Його суть полягає в переконанні, що одна людина ніяк не може вплинути на процес змін, а основні рішення залежать тільки від авторитетних людей

чи великої маси населення, тобто одна думка нічого не значить. Відповіддю на цей міф слугує той факт, що для прийняття рішення в громаді, наприклад, під час виборів голови громади, необхідна певна кількість голосів, що доводить важливість кожного голосу та його значущість. Кожна окрема людина виступає агентом змін, від її голосу залежать вектори розвитку та поточний стан громади. Наступний міф: «староста – не має реальної влади». Він спростовується конкретними прикладами роботи старост у вирішенні проблем життєдіяльності території та законодавчими змінами, що суттєво розширили повноваження цієї ланки влади.

Також поширеним є міф про «старшого брата» в обличчі голови районної адміністрації, який приймає всі рішення за членів громади. Розглядаючи його, варто зауважити, що завдяки децентралізації розрив між владою та жителями громади мінімізується, адже голова громади позиціонується як ставленик саме її жителів, тобто є доступним для них. Забезпечується відкритість інформації та можливість з будь-якого приводу звернутися до голови громади. Поширеною є думка щодо елітарності влади, закритості владних кіл, дисфункції соціального ліфту. Виходячи із системи проведення виборів голови громади, цей міф не має підґрунтя.

Необхідно згадати й про міф, умовно кажучи, «школи закривають», який полягає у хвилюванні місцевих жителів щодо подальшої долі об'єктів інфраструктури. Для подолання цього міфу можливе проведення роз'яснювальної роботи щодо позитивного впливу оптимізації освітньої мережі, яка зможе надавати більш якісні послуги.

Опитування мешканців громад показують, що існують ще такі міфи щодо децентралізації. Буцімто реформа призводить до погіршення інфраструктури, виникнення проблеми з поїздками до дитячих садків/шкіл/лікарень. Через реформу можуть бути закриті школи, дитячі садки, лікарні. Людей лякає відсутність «свого» керівника, можливий нерівномірний розподіл бюджету. Мешканці громад також не розуміють функції «старости». У певній частині громад відсутнє розуміння необхідності об'єднання. Існують труднощі взаємодії людей з владою.

Дослідження виявляє загальне негативне ставлення значної частини громад до реформ, що пов'язане з нез'ясовним очікуванням погіршення життя. У частини населення переважає бажання стабільності та збереження існуючого способу життя. Ці суб'єктивні фактори можуть призвести до саботування реформ та їх штучного затримання. Не можна ігнорувати настроїв людей, але не можна також затримувати впровадження реформ. Ця дилема вирішується наполегливою працею з роз'ясненням переваг реформ та розвіюванням міфів і острахів, пов'язаних з очікуваними наслідками децентралізації.

У зв'язку із цим збільшується роль ЗМІ в роз'ясненні переваг децентралізації. Адже ЗМІ, як четверта гілка влади, мають змогу впливати на суспільну свідомість, передавати та формувати суспільні настрої. Вони значною мірою формують символічне поле сприйняття тих чи інших подій. Для вдалого впровадження реформи ЗМІ повинні бути проактивними, тобто не просто висвітлювати ті події, що сталися, а й самі створювати

сенси, яких потребує суспільство. На цей момент існує багато історій успіху громад, які можуть надихнути чи мотивувати жителів населених пунктів та потребують активного висвітлення в ЗМІ. За допомогою активного інформування громадян про успіхи реформи можна створити чи вдосконалити існуючу модель сприйняття процесу децентралізації в суспільній свідомості.

Також важливим кроком є створення громадами місцевих інформаційних ресурсів, сайтів, газет, які мають не такий узагальнений характер, як районні ЗМІ, а працюють безпосередньо для громади.

ЗМІ та інші інформаційні ресурси повинні донести до людей реальні позитивні наслідки реформ. Усупереч міфам та острахам, децентралізація призводить до таких позитивних змін:

- відбувається зростання доходів бюджетів об'єднаних громад;
- об'єднані громади отримують повноваження міст обласного значення;
- створюються прямі міжбюджетні відносини громад з Державним бюджетом України;
- громади отримують фінансову підтримку у вигляді субвенції з держбюджету на формування інфраструктури;
- існує пріоритет об'єднаних громад при розподілі коштів державного фонду регіонального розвитку;
- виникають сприятливі умови для залучення фінансових коштів організацій-донорів;
- відбувається спрощення механізму залучення інвесторів на територію;
- посилюється вплив жителів об'єднаних громади на процес прийняття рішень щодо ключових питань соціально-економічного розвитку громади;
- підвищується активність мешканців об'єднаних територіальних громад у вирішенні місцевих питань власними силами.

Результати дослідження свідчать, що існують відмінності в оцінці змін у соціально-економічній ситуації за минулий рік населенням громад та владою. Населення применшує, а представники влади прибільшують значення реформи для покращення життя в громадах.

Так, покращення соціально-економічній ситуації в громаді відзначили 28,3% населення громад, а серед представників владних структур – 69,8%, тобто в 2,5 рази частіше, ніж серед населення. Ці дані відображають слабкий зворотний зв'язок влади та населення. Це дезорієнтує владу в оцінці впливу реформ на настрої населення. Існує недооцінка владою протестних настроїв у населення та рівня опору реформам з боку рядових громадян.

Ці висновки підтверджують також дані щодо оцінки впливу об'єднання на якість життя населення. Серед населення громад покращення життя людей відзначили в цілому 27,5% респондентів, а серед представників влади – 61,5%, тобто практично у 2 рази більше. Показово, що пункт «без змін» щодо впливу об'єднання на якість життя населення обрав

майже однаковий відсоток представників влади та населення (відповідно 30,8% і 47,5%). Різниця є, але значно менша, ніж за іншими пунктами. Іронія ситуації полягає в тому, що значна частина як представників влади, так і населення поки що не відчують істотних змін у своєму житті в результаті реформи децентралізації.

Згідно з результатами опитування експертів, на цьому етапі існують такі загальні проблеми впровадження реформи:

- недосконалість секторального законодавства;
- низький рівень висвітлення реформи в ЗМІ;
- слабе кадрове забезпечення органів управління громадою;
- політизованість процесу об'єднання громад на території області;
- відсутність розуміння щодо комплексного нормативного забезпечення секторального просування реформи;
- політична нестабільність, безсистемність законотворчої роботи.

На рівні новостворених громад існують такі проблеми:

- брак кадрів відповідної кваліфікації в сільських та селищних ОТГ;
- проблема фінансування, проблема комунікацій та встановлення нових відносин з владними інституціями;
- низький рівень компетентності кадрів у новостворених громадах;
- відсутність досвіду планування, бюджетування та звітування про витрачені кошти;
- відсутність досвіду складання інвестиційних паспортів громади, написання грантових заявок;
- відсутність права розпоряджатися землями, які розташовані поза межами населених пунктів;
- зміна правил, які були встановлені на початку реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади (зміни до фінансування освітніх закладів).

Експерти вважають, що на рівні громад, які планують об'єднання, існують такі проблеми.

- відсутність чіткого розуміння, з ким об'єднуватися;
- конфлікти навколо формату об'єднання та складу новостворених громад;
- вплив політичних і фінансово-промислових груп на реалізацію реформи;
- пасивність райдержадміністрацій та районних рад щодо впровадження реформи;
- підконтрольність районних ЗМІ районним адміністраціям і радам, що обумовлює в окремих випадках викривлення інформації щодо реформи;
- низька активність населення;
- низький рівень розуміння самої реформи й небажання розуміти;
- відсутність у чинному законодавстві права переходу на прямі міжбюджетні відносини з державою протягом поточного фінансового року;
- ризики створення фінансово неспроможних територіальних громад, що відхилилися від перспективного плану;

– саботаж з боку окремих сільських голів, які переслідують власні корисні інтереси.

На думку експертів, необхідне своєчасне інформування організацій щодо стратегії реалізації реформи на державному рівні.

Експерти вважають, що в організаціях, які впроваджують реформу в регіоні, існують проблеми з координацією діяльності та комунікацією між організаціями, що забезпечують упровадження реформи в регіоні; недостатньо матеріально-технічних ресурсів у підрозділах обласної ради та обласної державної адміністрації для ефективної роботи на місцях.

Експерти вказали, що на сьогодні є багато можливостей співпраці з міжнародними організаціями-донорами, але об'єднані громади роблять тільки перші кроки співпраці з ними.

За словами експертів, ключовими напрямками для поліпшення взаємодії з міжнародними організаціями-донорами є:

– інформаційна робота серед представників громад щодо можливостей та специфіки співпраці з міжнародними організаціями-донорами;

– навчання представників громад практичним навичкам написання проектних заявок;

– консультативний супровід у реалізації «перших» проектів з міжнародними партнерами;

Експерти називають такі проблемні питання у сфері законодавства:

– повільні зміни в секторальному законодавстві: бюджет, земельні питання, медицина, освіта;

– відсутність цілісності бачення реформи за секторальними напрямками розвитку.

Найбільш очікуванні закони:

– про службу в органах місцевого самоврядування;

– про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування з управління земельними ресурсами та посилення державного контролю за використанням і охороною земель.

Експерти звертають увагу на те, що рівень підготовки кадрів у новоутворених громадах суттєво відрізняється від «історичної» якості кадрів на території. У великих громадах якість вища, у маленьких – нижча.

Загалом спостерігається низький управлінський рівень районної ланки влади.

Ключові напрями підвищення компетентності кадрів, на думку експертів:

– фінансово-бюджетний напрям;

– господарський напрям;

– напрям соціальних комунікацій з іншими владними інституціями та донорами;

– вироблення навичок публічного менеджменту;

– розвиток лідерських якостей у керівників громад.

**Висновки.** Аналіз даних соціологічного дослідження перших результатів децентралізації в Запорізькому регіоні свідчить, що існують міфи та



стереотипи, які супроводжують реформу. Є відмінності в оцінці змін у соціально-економічній ситуації за минулий рік населенням громад та владою: населення применшує, а представники влади прибільшують значення реформи для покращення життя в громадах. Влада недооцінює наявність протестних настроїв у населення та рівень опору реформам з боку рядових громадян. Значна частина як представників влади, так і населення поки що не відчувають істотних змін у своєму житті в результаті реформи децентралізації.

У частини населення переважає бажання стабільності та збереження існуючого способу життя. Ці суб'єктивні фактори можуть призвести до саботування реформ та їх штучного затримання.

Згідно з результатами опитування експертів, існує недосконалість секторального законодавства щодо реформ децентралізації, слабе кадрове забезпечення органів управління громадою, недостатнє інформування організацій щодо стратегії реалізації реформи на державному рівні. Експерти вважають, що в організаціях, які впроваджують реформу в регіоні, існують проблеми з координацією діяльності та комунікацією між організаціями, що забезпечують впровадження реформи в регіоні; недостатньо матеріально-технічних ресурсів. Необхідна більш активна співпраця з міжнародними організаціями-донорами.

ЗМІ та інші інформаційні ресурси повинні донести до людей реальні позитивні наслідки реформ. Варто посилити зворотні зв'язки влади та населення громад, чому сприятимуть регулярні соціологічні дослідження результатів реформування у сфері децентралізації.

#### **Список використаної літератури**

1. Звіт: Третє щорічне соціологічне дослідження «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування». URL: <http://www.slg-coe.org.ua/p13513/> (дата звернення: 24.03.2018).

*Стаття надійшла до редакції 18.05.2018.*

---

#### **Хрусталёв Ф. С., Ашурбеков А. Социологическое сопровождение процессов децентрализации**

*В статье приведен анализ данных социологического исследования первых результатов децентрализации в Запорожском регионе. Утверждается, что существуют мифы и стереотипы, которые сопровождают реформу. Власть недооценивает наличие протестных настроений у населения и уровень сопротивления реформам со стороны рядовых граждан. Согласно опросу экспертов, существует слабое кадровое обеспечение органов управления громад. СМИ и другие информационные ресурсы должны донести до людей реальные положительные результаты реформ.*

**Ключевые слова:** *реформы в Украине, децентрализация, социологические исследования, Запорожской регион, население громад, результаты реформ, общественное мнение, экспертный опрос.*

#### **Khrystal'ev F., Ashurbekov A. Sociological Support Processes of Decentralization**

*The article analyzes the data of sociological research of the first results of decentralization in the Zaporozhye region. Decentralization is an important direction in the reform of the governance system in the country.*

*Over the past twenty years, the number of rural population and settlements has declined significantly, and the number of rural councils has increased, which has led to a deterioration in regional management. The goal of the reform is the creation and support of a*

*full-fledged living environment for citizens, the provision of high-quality and affordable public services, the establishment of direct democracy institutions, the satisfaction of citizens' interests in all spheres of life in the relevant territory, and the coordination of the interests of the state and territorial communities.*

*For a comprehensive study of the current state of the decentralization reform in the Zaporozhye region in 2017, a sociological survey was conducted. 100 heads and administrators of the newly territorial communities of the region and 150 representatives of the population of the 6 newly elected communities were interviewed on the quota sample. An expert survey of 16 specialists implementing the decentralization reform in the Zaporozhye region was also carried out.*

*The study shows that there are negative myths and stereotypes that accompany the reform. This leads to an incorrect assessment of the purpose and results of the reform. People mistakenly believe that reform leads to a deterioration in infrastructure, problems with trips to kindergartens, schools, hospitals. People are worried about the lack of «their» leader, perhaps the uneven distribution of the budget. Community residents also do not understand the functions of the «elders.» As far as communities are concerned, there is no understanding of the need for unification, and there are difficulties in people's interaction with the authorities.*

*It is argued that there are significant differences in the assessment of changes in the social and economic situation over the past year by the community and the authorities. The authorities underestimate the existence of protest sentiments among the population and the level of resistance to reforms on the part of ordinary citizens. A significant proportion of both government officials and the public have not yet experienced significant changes in their lives as a result of the decentralization reform.*

*According to the survey of experts, there is an imperfection of the sectoral legislation on decentralization reforms, weak staffing of the management bodies of the company, insufficient information of organizations, and a strategy for implementing the reform at the state level. Experts believe that in organizations implementing reform in the region, there are problems with coordination of activities and communication between organizations involved in the implementation of reform in the region. Insufficiency of material and technical resources is also noted. More active cooperation with international donor organizations is needed.*

*It is alleged that the media and other information resources should bring real positive results of reforms to people. At the moment, there are many stories of the success of communities that can inspire or motivate residents of settlements and require active media coverage. With the active information of citizens on the success of reform, it is possible to create or improve the existing model of perception of the process of decentralization in the public consciousness.*

**Key words:** *reforms in Ukraine, decentralization, sociological research, Zaporizhzhya region, population of communities, results of reforms, public opinion, expert survey.*

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Ашурбеков Аскад** – кандидат соціологічних наук, експерт з децентралізації програми «U-LEAD з Європою».

**Байдак Тетяна Михайлівна** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

**Болотова Вікторія Олександрівна** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

**Гераськіна Олена Сергіївна** – аспірантка кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

**Глебова Наталія Іванівна** – кандидат соціологічних наук, доцент заступник декана з науково-дослідної роботи та міжнародного співробітництва, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького.

**Горбачов Антон Володимирович** – аспірант кафедри, Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди.

**Єременко Юлія Вікторівна** – аспірант кафедри соціології, Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія».

**Канделіна Карина Миколаївна** – магістрант факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу, Харківський національний університет ім. В. М. Каразіна.

**Кодацька Наталя Олександрівна** – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та соціально-трудових відносин, Університет митної справи та фінансів.

**Крижанівська Вікторія Ігорівна** – студентка кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.

**Полторак Володимир Абрамович** – доктор філософських наук, професор, професор кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

**Сальніков Сергій Зореславович** – викладач кафедри соціології, Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Богдана Хмельницького.

**Скокова Людмила Георгіївна** – кандидат соціологічних наук, доцент, старший науковий співробітник відділу соціології культури та масової комунікації, Інститут соціології НАН України.

**Слющинський Богдан Васильович** – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри філософії та соціології, Маріупольський державний університет.

**Суська Ольга Олександрівна** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зв'язків з громадськістю факультету соціальних наук і соціальних технологій, Національний університет «Кієво-Могилянська Академія».

**Хрустальов Фелікс Сергійович** – кандидат соціологічних наук, Класичний приватний університет.

**Щербина Віктор Миколайович** – 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 78**

*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 04.07.2018 р.  
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк ризограф. Гарнітура Times.  
Умовн.-друк. 10,46. Обл.-вид. арк. 10,46. Тираж 300 прим. Зам № 44-18Ж.

---

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.