

ISSN 2707-9147

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Збірник наукових праць

Засновник і видавець:
Класичний приватний університет

Виходить 4 рази на рік
Засновано у 1998 році

ВИПУСК 84



Видавничий дім
«Гельветика»
2019

УДК 316.42(043)
С54

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

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

Збірник включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus

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

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

Головний редактор: **Позднякова-Кирбят'єва Елліна Геннадіївна**, доктор соціологічних наук, професор.

Ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
протокол № 2 від 30 жовтня 2019 р.

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

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

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

В. М. Северинюк, С. Л. Катаєв

ЗАЛЕЖНІСТЬ ТИПІВ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ВІД ЦІННІСНИХ ТА СОЦІАЛЬНО-СТАТУСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ.....	6
---	---

Н. К. Міхно

ТРАНСФОРМАЦІЯ АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ МІСТА ПІД ВПЛИВОМ ЗМІН СОЦІОІСТОРИЧНИХ УМОВ.....	15
--	----

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

К. А. Агаларова, Н. О. Ляшенко

РОЛЬ АТЕСТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УПРАВЛІННІ КАР'ЄРОЮ.....	25
--	----

Н. М. Lusytsia, Yu. V. Byelikova

MOTIVES FOR USING SOCIAL NETWORKS (ON THE EXAMPLE OF FACEBOOK).....	33
--	----

Л. В. Калашнікова

СУСПІЛЬНА ДОВІРА ДО ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ ЯК ЧИННИК БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ОСОБИСТОСТІ.....	46
---	----

І. О. Мартинюк, Н. І. Соболева

АГЕНТИ СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУЖЕНОСТІ В СОЦІОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ.....	61
--	----

С. В. Григор'єва, І. П. Шепеленко

ТЕРИТОРІАЛЬНА МОБІЛЬНІСТЬ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	78
--	----

М. С. Хрусталева, Ф. С. Хрусталев
БУНТ ЖЕНЩИН: ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ
В ОТНОШЕНИИ К ПРОБЛЕМНЫМ АСПЕКТАМ
СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ.....87

Я. В. Зоська
АНАЛІЗ ПОНЯТТЄВО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ
ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....96

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

К. Г. Михайльова, Н. І. Шкурапет
ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ СУЧАСНИХ ПІДЛІТКІВ
У КОНТЕКСТІ ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННЯ:
СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ.....110

О. О. Сизоненко, В. М. Попович
ЕЛЕКТРОННІ ПОСЛУГИ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО
ЗАХИСТУ І СОЦІАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ.....123

Т. М. Байдак, В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко
СУЧАСНИЙ СТУДЕНТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....133

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....148

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 316

DOI https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.1

В. М. СЕВЕРИНЮК, С. Л. КАТАЄВ

ЗАЛЕЖНІСТЬ ТИПІВ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ВІД ЦІННІСНИХ ТА СОЦІАЛЬНО-СТАТУСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ

У статті простежено зв'язок між певними типами політичної поведінки та чинниками, що їх визначають, – ціннісними та соціально-статусними детермінантами, які є частиною цілої системи детермінант: окрім зазначених, це також інституціонально-нормативні, ідеологічно-корпоративні, соціально-економічні тощо. Відбивається і момент залежності між політичними цінностями та нормами, що впливає на характер політичної поведінки громадян. Між цінностями та нормами існують причинно-наслідкові зв'язки протилежного ефекту: можлива ситуація, коли спочатку громадська думка та практика розробляють певні ціннісні ідеали, які потім об'єктивуються в конкретних правових, політичних та поведінкових нормах; також норми (насамперед конституційні) набувають характеру загальнодержавних ціннісних орієнтацій та політичних ідеалів.

Зокрема, показано витоки таких поведінкових типів, як «апатичність», «маргінальність», «абсентеїзм», «конформізм», «підданство», «охлократія». Обґрунтована теза, що перебування на межі суспільного життя (маргінальність) навіть значної кількості громадян не є підставою для висновку про наявність абсолютної бездіяльності цього соціального прошарку та «повної відсутності» потенційних політичних дій у суспільстві.

Проаналізована діалектична взаємодія між формальними і реальними статусами суб'єктів політики, наділених владними повноваженнями. Пропонується розглядати цю взаємодію як своєрідний «закон заміни статусів», який часто являє собою глибоке протиріччя між «видимою» та «невидимою» сторонами діяльності політиків. На таких протилежностях формуються «раціонально-прагматична», «символічна», «індивідуально-інструментальна» та інші види суспільно шкідливої (небезпечної) політичної поведінки.

Явище політичної поведінки передбачає широке коло політичної суб'єктивності: від практично «нульового» рівня (відчуження) – до найвищого – політичного керівництва та міжнародної політики, від індивідуального – до масового участі, від раціонально-прагматичного – до емоційно несвідомого поведінки. Це перетворює політичну поведінку на важливу передумову суспільного розвитку, але водночас робить її об'єктом ідеологічних маніпуляцій та корпоративних упереджених технологій.

Ключові слова: *типи політичної поведінки, суспільно-політичні цінності, соціальні та правові норми, детермінанти, індивіди, еліти, «закон підміни статусів».*

Метою статті є дослідження співвідношення між такими елементами політичної поведінки, як система поведінкових детермінант, з одного боку, та поведінкових типів – з іншого.

Під сукупністю детермінант політичної поведінки розуміємо складну систему внутрішніх, достатньо стійких мотивів і стимулів, властивих суб'єктам політики, а також зовнішніх, передусім об'єктивно ustalених або змінних чинників (регуляторів), що визначають характер реагування суб'єктів на політичну дійсність.

Тип політичної поведінки – це головна якісна характеристика певного політичного явища, процесу, події. Поведінковий тип є інтегрованим результатом сукупності аналітичних оцінок і висновків стосовно особливостей дій чи бездіяльності (пасивного стану) політичних суб'єктів.

Виклад основного змісту.

Політичні ідеї та норми здатні трансформуватися в політичні цінності. Метою будь-якої політичної сили є результат, коли задекларовані нею ідеї та цілі, тактики та стратегії, правила ситуативної поведінки будуть сприйняті суспільством не як чергові передвиборні декларації, а (пройшовши чуттєво-емоційний етап їх сприйняття) стануть глибоко усвідомленим переконанням громадян, тобто із чинника зовнішнього впливу перетворяться на частину їхньої внутрішньої мотиваційної системи. Це відчутно збільшує можливості політичних цінностей у регулюванні суспільних відносин та значно піднімає їх в ієрархії ресурсів політичної як влади, так і опозиції.

Очевидною є тісна залежність між політичними цінностями та нормами. Вони поєднані причинно-наслідковими зв'язками зворотної дії: можливою є ситуація, коли спочатку суспільна думка та практика витворюють певні ціннісні ідеали, які згодом об'єктивуються в конкретних юридичних, політичних та поведінкових нормах; так само й норми (передусім конституційні) набувають характеру загальнодержавних ціннісних настанов та політичних ідеалів¹.

Значення конституційних норм не слабшає від того, що довгий час вони існують переважно як політична філософія суспільства, а не повноцінна реальність суспільного буття. Для розвинутої громадянської свідомості соціально-політичні норми за будь-яких обставин відіграють роль принципів, твердих переконань, орієнтирів на подальшому шляху розвитку країни. З іншого боку, нормативні чинники виконують свою пряму функцію в ролі передумов конкретних суб'єктних соціальних дій на індивідуальному, груповому, інституційному рівнях. Таким чином, виявляється діалектична взаємозалежність ціннісно-ідеологічного та формально-нормативного складників суспільного життя.

Досвід багатьох народів, і українського в т. ч., показує, як непросто формально існуючі норми перетворюються на реальні цінності,

¹ Наприклад, можна навести ст. 1 Конституції України: «Україна є суверенна і незалежна, демократична, соціальна, правова держава».

стають домінуючими переконаннями членів громадянського суспільства. Це досить нешвидкий, суперечливий, часом болісний шлях. Успіхи переплітаються з невдачами, упевненість – із розчаруванням, переконання не витримують перевірки практичним досвідом... Ось чому важно погодитися з думкою, що «процес вироблення норм триваліший, ніж процес засвоєння цінностей» [2, с. 411]. Однак не викликає сумніву, що несформованість чи, іншими словами, відсутність серед певної частини суспільства та політикуму належної культури дотримання правових і моральних норм породжує *іраціональні* начала в політичному житті [2, с. 417].

Не менш небезпечним є ігнорування або спотворення політико-правових норм на догоду корпоративно-партійним інтересам, які штучно підносяться до рівня суспільних цінностей (подібне відбувається при ідеологічному типі легітимності влади). У такій ситуації починає домінувати *ціннісно-раціональний* тип політичної поведінки, що ґрунтується на жорсткому розрахунку, «твердій волі» правлячих ідеологів, які стараються нав'язати громадянам віру в самодостатню цінність політичних дій офіційної влади незалежно від їхнього поточного чи віддаленого результату. Звідси рукою подати до загальновідомої тези «Мета виправдовує засоби». Але прибічникам таких настанов слід пам'ятати, що неадекватні засоби завжди деформують тактику, і рано чи пізно виявляться неспроможними досягти стратегічної мети.

Політичні цінності формуються на широкому соціокультурному тлі. За своїм походженням та сутністю вони становлять синтез індивідуальних, соціально-класових, ідеологічних, національно-культурних, загальнолюдських засад.

Серед цінностей загальнолюдського характеру називають такі: мир і злагода в суспільстві й усьому світі; праця й добробут; соціальна справедливість; людська та національна гідність; права і свободи громадянина; демократична державність і національний патріотизм; законність; гуманізм тощо [4].

Органічну єдність політики та культури, духовно-свідомих, ідеологічних, нормативно-правових та поведінкових цінностей і зразків розкриває поняття «політична культура». Виконуючи в суспільстві надзвичайно важливу інтеграційну функцію, політична культура разом із тим завжди містить у собі чимало субкультур, що формуються на різноманітних підставах: ідеологічних, соціально-класових, традиційних, національних, демографічних, регіональних тощо. Індивіди в процесі політичної соціалізації не просто засвоюють певні норми та цінності, а роблять це вибірково – тому існування різних політичних субкультур є одним із чинників появи різних типів і форм політичної поведінки.

Належність до певних субкультур здатна породити *апатичне*, байдуже ставлення до поточної політики. На його основі формується *конформістський* тип політичної поведінки. Байдужість формує

передумови для *абсентеїзму* – повного відходу індивіда від політичного життя. Для частини суб'єктів причиною цього може стати криза традиційних ідеологій і цінностей, у якій опиняється суспільство.

Крайнім виявом втрати соціально-політичних, духовних, етичних норм і цінностей є стан суспільної *аномії*, беззаконня, серйозне порушення нормативних зв'язків, нездатність інститутів влади та інших організаційних структур виконувати належні функції. Аномія посилює процеси маргіналізації, створює додаткові умови для появи громадян, що опиняються «на межі» соціальної ідентифікації.

Але таке перебування «на узбіччі» суспільного життя навіть значної кількості громадян не дає підстав говорити про «абсолютну бездіяльність» цього соціального прошарку та «повну відсутність» у соціумі потенціалу політичної дії. По-перше, для частини маргіналістів їхній стан є тимчасовим, детермінований переважно зовнішніми чинниками – через виникнення певних обставин, і коли вони зникають або змінюються, то такі особи виявляються здатними до засвоєння нових цінностей та самореалізації; ще якась частина маргінальної верстви також може виявитися «умовно пасивною», але вже зі знаком «мінус»: вона може стати слухняним знаряддям у руках політичних шахраїв та екстремістів, які вміло використовують і підтримують *підданський* та *охлократичний* типи політичної поведінки, а для такої мети маргінали є дуже сприятливим середовищем.

Важлива роль серед ціннісних орієнтацій політичної поведінки належить традиціям, звичаям, архетипам, стереотипам, міфам, символам, що входять до складу політичної культури, становлячи її психологічно-практичну частину. Хоча ці детермінанти за своєю суттю в цілому нерациональні, принаймні в тому розумінні, що не підвладні логіці [1, с. 43], та їх не варто недооцінювати: вони важко руйнуються, їх іноді неможливо верифікувати. Окремі з них за силою впливу на масову свідомість не поступаються стійким ідеологічним системам.

Інтерпретація та вміле використання (засобами пропаганди та емоційного впливу) стереотипів, міфів і символів сприяють формуванню привабливого в очах суспільства «образу влади», а також детермінують бажані для неї напрями суспільних процесів за допомогою таких типів політичної поведінки громадян, як *мобілізаційний*, *підданський*, *нормативний* тощо.

Національні, патріотичні традиції і символи виконують інтеграційну суспільну функцію, об'єднують соціальні групи та класи навколо вирішення загальнозначущих проблем, сприяють засвоєнню громадянами *солідарних*, *конвенціональних* форм участі в політичному житті країни.

Політична соціологія поняття «статус» інтерпретує як «сукупність прав і обов'язків, що визначають юридичний стан особи, державного органу чи міжнародних організацій; комплексний показник становища певної верстви, групи чи індивідів у соціальній системі, один із

найважливіших параметрів соціальної стратифікації». Статус особи формують якості, одержані від народження (соціальне походження, стать, національність), та набуті (освіта, професія тощо) [3].

Основними статусами індивіда є соціально-економічний, духовно-інтелектуальний і політичний. Високий політичний статус асоціюється із владою та передбачає найвищий функціональний рівень політичної поведінки суб'єкта – здійснення професійної політичної діяльності.

Оскільки людина здатна змінювати та збагачувати свій статус, то основні типи статусів можуть тісно поєднуватися, зливатися в життєвій практиці індивіда в єдине статусне поняття, в якому нелегко відділити одні характеристики від інших. Це ускладнює встановлення об'єктивної залежності між статусом і типом політичної поведінки. Така залежність далеко не завжди простежується як безпосередня детермінанта.

Політичні суб'єкти (особливо представники політичних еліт) виступають носіями не лише основних, а й великої кількості т. зв. проміжних статусів, що визначають не меншу кількість їхніх специфічних ролей у політичному процесі, значна частина яких для широкого загалу залишається terra incognita.

На нашу думку, стосовно представників вищих ешелонів політики можна говорити про дію своєрідного «закону підміни статусів». Його смисл визначають такі специфічні причинно-наслідкові зв'язки:

1) звичні, традиційні для індивіда статуси можуть досить швидко руйнуватися, коли він опиняється в новій для нього політичній обстановці, яка відкриває шлях до більшої самореалізації, кар'єрного зростання, посилення влади і т. ін.;

2) завжди існує протиріччя між статусами «формальними» та статусами «реальними». І ті, й інші мають свої переваги, але останні володіють деякою «таємною зброєю» – прихованими, а значить, більш захищеними механізмами впливу на оточення – тому саме їхня діє часто виявляється домінантною в політичній поведінці суб'єкта.

Під дію «закону підміни статусів» потрапляють насамперед представники політичних еліт, провідних партій, блоків, парламентських коаліцій. Вони більшою мірою, ніж інші суб'єкти політики, відчувають можливості різних статусних станів, а тому піддаються спокусам обирати найцікавіші та найвигідніші для себе перспективи. Такими принадами можуть бути, наприклад, чільні посади, соціальні блага, матеріальні статки, власна популярність та різні політичні «обереги»: депутатський імунітет (недоторканність), належність до найближчого оточення політичного лідера, ставка в міжпартійній чи міжфракційній боротьбі «на сильного» тощо.

Однією з очевидних передумов виникнення подібних ситуацій є активне входження в політику представників великого капіталу, «олігархізація влади» – тенденція, безперечно, злободенна для сучасної України. Утворення «тіньового олігархічного кабінету» за

спиною політиків, які (особливо в ході виборчих кампаній) декларують «чесність», «прозорість», «відповідальність» своєї влади, перекреслює подібні благородні наміри.

Під тиском зовнішнього матеріально-фінансового ресурсу навіть людина з вираженим духовно-інтелектуальним статусом далеко не завжди у своїй поведінці здатна залишатися вірною принципам доброчесності й гуманізму: ще донедавна «тверді» переконання поступово деформуються, а особа переходить в інший статус (із формального – в неформальний, у своє «друге Я»), що обіцяє їй особисто більше благ, ніж попередній. При цьому подібну трансформацію, яка з ними сталася, такі «перебіжчики», як правило, заперечують. Найпереконливіший приклад – «статус корупціонера», якого «раптом» набувають ще вчора непідкупні «вихідці з народу», які після виборів не витримують випробування «мідними трубами».

Може статися й інша ситуація – із протилежними стартовими умовами, але однаково негативна за суспільним результатом.

Якщо для якоїсь особи, що прийшла до влади, домінантне значення мав її попередній соціально-економічний статус, особливо за високим рівнем матеріальних прибутків, то існує висока ймовірність того, що така людина, здобувши високу державну посаду, не буде діяти лише в межах обов'язків, передбачених цією посадою, тобто виконувати функції лише з орієнтацією на загальнонародні, загальнонаціональні інтереси.

Сила звички є сила звички. А звичка, казали ще у Стародавньому Римі, – це друга сутність (характер) людини (лат. *Consuetudo est altera natura*). У кращому випадку нова статусна роль сприйматиметься таким діячем як формальна, що обтяжує його зобов'язаннями дотримуватися конституційних та посадових приписів². У цьому разі типом владно-інституційної поведінки може стати комбінація *раціонально-прагматичного* та *символічного* типів і – як гірший варіант – поведінка *індивідуально-інструментальна*, що спрямована виключно на задоволення власних амбіцій та на ще більше матеріальне забезпечення приватних і корпоративних інтересів. За критерієм мотивації таку поведінку можна віднести до *індивідуально- та корпоративно значущого* типу, а за рівнем публічності – до *прихованого, тіньового*.

Вищеописані ситуації ми спеціально змоделивали у крайніх варіантах із метою теоретично пояснити неоднозначність детермінантної взаємодії між статусними та поведінковими моментами в політиці. Звісно, це не заперечує можливості існування прямих, позитивних і прогнозованих зв'язків між статусом політичного суб'єкта та характером його поведінки, яка максимально відповідає суспільно значущим інтересам.

² Звісно, що політика, як і бізнес, – це також певною мірою азартна, ризикована діяльність «на грані», та принциповим є те, що, на відміну від бізнесу, її пріоритетною метою має бути забезпечення загальносуспільних потреб.

Вияв «закону підміни статусів» залежить від змісту політичної культури індивіда, особливо від її духовно-ціннісної складової частини, адже стійка, чітко визначена, глибоко вмотивована на конкретному суб'єктному рівні система політичних і соціокультурних цінностей здатна помітно ослабити дію зазначеного закону, принаймні зробити його більш прозорим та вчасно скоригувати.

Набагато легше передбачити політичну поведінку суб'єктів, які на перше місце ставлять дотримання проголошених ними принципів, стратегій, домовленостей, навіть у ситуаціях зіткнень різних статусних та кон'юнктурних чинників.

Цікаво буває на таких прикладах вивчати, з одного боку, проблеми моральності в політиці, а з іншого – проблеми політичного мистецтва, оскільки елементом останнього є, зокрема, вміння коректно ухилитися від поведінкових стандартів та приймати неочікувані рішення, продиктовані різкою зміною політичної ситуації. Всесвітньо визнаний майстер політичного мистецтва У. Черчілль колись висловився так: «Політик повинен уміти передбачити, що станеться завтра, за тиждень, за місяць і за рік. А згодом пояснити, чому цього не сталося» [5, с. 22].

Сказане підкреслює думку про важливість впливу політичної поведінки одних суб'єктів на поведінку інших залежно від виконуваних ними персональних ролей (лідерів, активістів, послідовників, теоретиків, організаторів) та характеру особистісних контактів (політична співпраця, тиск, лобювання, гра, інтрига, фарс тощо).

Практичний вплив статусно-рольових детермінант, мабуть, найбільш яскраво засвідчує, що політична поведінка є одним з основних способів існування та самовираження суспільства через різноманітні форми особистої участі в ній громадян.

Висновок. Унікальність явища політичної поведінки пояснюється тим, що воно існує в надзвичайно широкому діапазоні політичної суб'єктності: від практично «нульового» рівня (відчуження) – до найвищого – політичного лідерства та міжнародної політики, від індивідуального – до масового, від раціонально-прагматичного – до емоційно-неусвідомленого. Це перетворює політичну поведінку на важливий рушій суспільного розвитку, але водночас робить її податливим об'єктом ідеологічних маніпуляцій, корпоративно-заангажованих технологій. Лише високий рівень індивідуальної політичної та правової культури, а також практичний досвід особистої політичної участі може сформувати в громадян захисні механізми проти розвитку подій за останнім варіантом.

Список використаної літератури

1. Гаджиев К.С. Политическая наука. 2-е изд. Москва : Международные отношения, 1995. 400 с.
2. Гелей С.Д., Рутар С.М. Політологія : навч. пос. Київ : Знання, КОО, 2004. 645 с.

3. Катаев С.Л. Статус. *Політологічний енциклопедичний словник* / упоряд. В.П. Горбатенко ; за ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Генеза, 2004. С. 636.

4. Череди́нченко А.П. Цінності політичні. *Політологічний енциклопедичний словник* / упоряд. В.П. Горбатенко ; за ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Генеза, 2004. С. 719.

5. Черчилль У. Цитаты, остроты и афоризмы / сост. и авт. введ. Доминик Энрайт ; пер. с англ. Днепропетровск : Либри, 2008. 192 с.

Северинюк В. М., Катаев С. Л. Зависимость типов политического поведения от ценностных и социально-статусных детерминант

В статье прослежена связь между определенными типами политического поведения и факторами, которые их определяют, – ценностными и социально-статусными детерминантами, являющимися частью целой системы детерминант: кроме упомянутых, это также институционально-нормативные, идеологически-корпоративные, социально-экономические и проч. Также отражается момент зависимости между политическими ценностями и нормами, который влияет на характер политического поведения граждан. Между ценностями и нормами существуют причинно-следственные связи противоположного эффекта: возможна ситуация, когда сначала общественное мнение и практика развивают определенные ценностные идеалы, которые затем объективируются в конкретных правовых, политических и поведенческих нормах; также нормы (прежде всего конституционные) приобретают характер общегосударственных ценностных ориентаций и политических идеалов.

В частности, показаны истоки таких поведенческих типов, как «апатичность», «маргинальность», «абсентеизм», «конформизм», «подданство», «охлократия». Обосновывается тезис о том, что пребывание на границах общественной жизни (маргинальности) даже значительного числа граждан не является основанием для вывода о «абсолютном бездействии» этого социального слоя и «полном отсутствии» потенциальных политических действий в обществе.

Проанализировано диалектическое взаимодействие между формальными и реальными статусами субъектов политики, наделенных властными полномочиями. Предлагается рассматривать это взаимодействие как некий «закон подстановки статусов», который часто представляет собой глубокое противоречие между «видимой» и «невидимой» сторонами деятельности политиков. На таких противоположностях образуются «рационально-прагматический», «символический», «индивидуально-инструментальный» и другие виды социально вредного (опасного) политического поведения.

Феномен политического поведения предполагает широкий спектр политической субъективности: от практически «нулевого» уровня (отчужденные) – до высшего – политическое лидерство и международная политика, от индивидуального – до массового участия, от рационально-прагматического – до эмоционально бессознательного поведения. Это превращает политическое поведение в важную предпосылку общественного развития, но в то же время делает его объектом идеологических манипуляций и корпоративных технологий.

Ключевые слова: *типы политического поведения, общественно-политические ценности, социальные и правовые нормы, детерминанты, индивиды, элиты, «закон подмены статусов».*

Severyniuk V., Kataiev S. Dependence of political behavior types on value and socio-status determinants

The article traces the connection between certain types of political behavior and the factors that determine them, – value and socio-status determinants that are part of a whole system of determinants: in addition to those mentioned, they are also institutional-normative, ideological-corporate, socio-economic, etc. The moment of dependence between political values and norms is also reflected, which affects the nature of the political behavior of citizens. Between values and norms, there are causality relationships of the opposite effect: a situation is possible when first public opinion and practice develop certain value ideals, which are then objectified in specific legal, political and behavioral norms; also, norms (primarily constitutional ones) acquire the nature of state-wide value orientations and political ideals.

In particular, the sources of such behavioral types as “apathy”, “marginality”, “absenteeism”, “conformism”, “allegiance”, “ochlocracy” are shown. The thesis is substantiated that staying on the fringes of public life (marginality) of even a significant number of citizens is not a basis for concluding that there is an “absolute inaction” of this social stratum and a “complete absence” of potential political action in society.

The interaction between the formal and real statuses of political entities granted with powers of authority is analyzed. It is proposed to consider this interaction as a kind of “law of the substitution of statuses”, which often represents a deep contradiction between the “visible” and “invisible” sides of the politicians activities. On such opposites “rational-pragmatic”, “symbolic”, “individual-instrumental” and other types of socially harmful (dangerous) political behavior are formed.

The phenomenon of political behavior presupposes a wide range of political subjectivity: from the practically “zero” level (alienation) to the highest – political leadership and international politics, from individual to mass participation, from rational-pragmatic to emotionally unconscious behavior. This turns political behavior into important prerequisite for social development, but at the same time makes it an object of ideological manipulation and corporate-biased technologies.

Key words: types of political behavior; social and political values, social and legal norms, determinants, individuals, elites, “law of the substitution of statuses”.

УДК 316:3:72
DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.2>

Н. К. МІХНО

ТРАНСФОРМАЦІЯ АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ МІСТА ПІД ВПЛИВОМ ЗМІН СОЦІОІСТОРИЧНИХ УМОВ

Основна увага в цій статті зосереджена на визначенні характеру змін архітектурних форм в міському просторі залежно від руху соціоісторичних умов розвитку суспільства. Налагоджено актуалізацію наукового інтересу для вивчення місця та ролі архітектурних об'єктів у площині сучасності. Виокремлено основні наукові вектори дослідження проблемного поля соціології архітектури. Підкреслено, що зміни, які відбуваються в політичному та культурному полі, відповідно впливають на організацію простору міста, зокрема й архітектурні ландшафти. В історії українського суспільства відбулися кардинальні зрушення в переходах від імперського до радянського ідеологічного дискурсу сучасного незалежного українця, що, отже, вплинуло на символічне маркування просторових явищ та містобудування. На основі запропонованих У. Еко екологічно-архітектурних класифікаційних кодів (синтаксис – код, що належить до техніки будівництва; семантичний – артикуляція архітектурних елементів, артикуляція типів конструкцій) та в результаті проведеного авторського дослідження методом візуального аналізу на прикладі міста Дніпра було зафіксовано специфічні та типові характеристики міського простору – від катеринославського модерного стилю до індустріального домінування, конструктивізму, постмодернізму, ефектів «макдональдизації», національного романтизму тощо.

Архітектурна форма будівель радянського періоду представлена «Сталінками», «Хрущовкою» та панельними багатоквартирними будинками. Зазначається, що ця класифікація будівель синтагматично відображає найбільш значущі архітектурні об'єкти міста. Значна увага приділяється особливостям виготовлення та представлення архітектурних кодів у сучасному українському місті. Зазначається, що зрушення в організації організаційної політики міського простору, велика кількість різноманітних тенденцій архітектурних моделей, зміна соціокультурних та соціально-економічних умов існування українського суспільства суттєво вплинули на візуальний та символічний імідж міст України. Звертається увага на зникнення ідейних рамок розвитку міста та включення національно-патріотичного символізму та ідеологічних кодів в архітектурний ландшафт міста. Вказане відображення в архітектурному ландшафті та публічних просторах тенденція міста «макдональдизації» (у широкому та вузькому розумінні). Зафіксовані поява гібридних форм архітектурних ландшафтів, досить дивне поєднання стилів Катеринослава Модерна, радянського конструктивізму, постмодернізму, хай-тек тощо.

Ключові слова: місто, міський простір, архітектурний об'єкт, архітектурний ландшафт, архітектурна форма, візуальний код, публічний простір.

Міське середовище для сприйняття суб'єкта існує не само по собі, а має реляційний характер: всі предмети середовища існують як елементи подій, які є значущими для суб'єкта сприйняття. Предмети міського середовища існують як елементи життєвого світу містян: вони свідчать, нагадують, вказують на те, що було, є або буде (має бути). Оскільки події як значуща система дій існують в смисловому контексті, то за його втрати окремі фрагменти міського середовища втрачають свою виразність або навіть зникають для сприйняття. Дуже влучно підкреслює важливість вивчення архітектури соціологами В. Вахштайн. Зокрема, він відмічає, що за логікою, соціологія архітектури повинна бути невіддільною частиною соціології міста. Але ось парадокс: міська соціологія як самостійна дослідницька область існує з кінця XIX століття, вона майже ровесниці дисципліни загалом. Місто спочатку входило в число привілейованих об'єктів соціологічного розгляду поряд з технікою, господарством і релігією. З усіх класиків соціологічної науки про місто не писав тільки Е. Дюркгейм. При цьому архітектурні об'єкти – саме як окремих дослідний феномен – дуже довгий час не вивчалися соціологами [4].

Місто загалом потрапляє у фокус уваги науковців вже досить тривалий час: від класичного періоду теоретизування (М. Вебер, Г. Зіммель, Ф. Тьоніс та ін.) до численних сучасних наукових робіт. Вагомий внесок у розвиток міських досліджень зробили історико-культурологічні, соціологічні та урбаністичні теорії у другій половині XX століття. До них належать роботи Ж. Бодрійяра «Місто і ненависть», Дж. Логана «The City as a Growth Machine», П. Бурд'є «Соціальний простір: поля і практики», К. Лінча «Креативне місто», Л. Мамфорда «Міф машини», Д. Джекобс «Смерть і життя великих американських міст» [6] та ряд інших. До обговорення проблематики архітектури зверталися фахівці з соціології культури (М. Макропулоса, Й. Фішер, В. Прігге), соціології міста (Г. Шуберт, Б. Шеферс, Х. Хойзерман, Й. Дангшат, В. Сібель, Х. Боденшатц). Також варто відмітити, що, на думку Х. Делітца, цікавий аспект порушувався в роботах С. Сасен, К. Дёрхёфер, С. Франк, К. Вереш, Ф. Будон.

За минулі десятиліття сформувалася російська школа урбаністики та групи дослідників, працюючих в межах соціології міста, як-от: В. Вахштайн, В. Глазичев, О. Трубіна, О. Запорожец, Н. Самутіна, Г. Ревзін, Д. Візгалов, О. Паченков, Г. Осадча, В. Ільїн, Я. Рощина та інші. У галузі соціології міста працює і низка відомих українських вчених, зокрема йдеться про О. Макеєва, С. Матяш, І. Прибиткову, В. Белоусова, О. Міхеєву, О. Мусієздова, А. Петренко-Лисак, В. Середу, Ю. Сороку, Л. Малес, Д. Судіна та ряд інших. Хоча місто як об'єкт наукових інтенцій є цікавим для українських соціологів, але в той же час проблематика вивчення архітектурного простору міста сьогодні є досить обмеженою.

Метою роботи є окреслення актуальності вивчення архітектурного простору міста соціологічною наукою, а також визначення модусів

трансформації та модифікації архітектурних форм під впливом зміни історичного контексту розвитку суспільства.

Архітектурний об'єкт чинить істотний світоглядний вплив на суспільну свідомість, відповідно, соціокультурна функція архітектурного об'єкту проявляється в тому, що він є в стислому виді просторовою моделлю міста. Як відмічає М. Назарова, основною соціокультурною функцією архітектури є трансляція просторової моделі світоустрою у конкретних соціально-історичних ситуаціях, тобто розширення і відтворення архітектурного простору є безперервним процесом створення форм через накопичення культурно-закріплених просторових моделей, представлених в архітектурних об'єктах [9].

У макромасштабі історичного часу архітектура фіксує певні стадії розвитку суспільства, його історії, стає матеріалізованою формою колективної пам'яті. Чинник часу визначає багатовимірність архітектури, її просторово-часову єдність (хронотоп). Відомий дослідник міської архітектури О. Іконніков підкреслює, що архітектура формує не лише матеріальні оболонки для процесів життєдіяльності, але і «тексти» повідомлень, закодовані специфічною мовою форм, дозволяючи людям орієнтуватися у фізичному і культурному просторі і закріплюючи системи ідей і цінностей [7].

Своєю чергою Ю. Лотман вважав, що архітектурний простір живе подвійним семіотичним життям: «З одного боку, він моделює універсум: структура світу побудованого і обжитого переноситься на весь світ загалом. З іншого боку, він моделюється універсумом: світ, що створюється людиною, відтворює її уявлення про глобальну структуру світу» [8].

Так, відомий вже нам У. Еко приділив багато уваги аналізу семіології архітектури. Під час семіологічного розгляду вчений бачить в архітектурних спорудах не лише об'єкти, що характеризуються виконуваною ними функцією, але і об'єкти комунікації. Архітектура представляється сукупністю знаків і символів, які денотують (означають) утилітарні функції споруди і конотують його символічний сенс. У. Еко говорить про «функціональну» денотацію і «символічну» конотацію.

Відштовхуючись від різних «семантичних» або «семіологічних» прочитань архітектури, У. Еко пропонує таку класифікацію архітектурних кодів [14]:

1. Синтаксичні коди: характерний у цьому сенсі код відсилає до техніки будівництва. Архітектурна форма може включати: балки, стелі, перекриття, консолі, арки, пілястри, бетонні клітини. Тут немає ні вказівки на функцію, ні віднесення до простору, який денотується діє тільки структурна логіка, що створює умови для подальшої просторової денотації.

2. Семантичні коди:

1. артикуляція архітектурних елементів: елементів, що означають первинні функції – дах, балкон, слухове вікно, купол, сходи, вікно;

елементів, які означають вторинні «символічні» функції, – метопа, фронтон, колона, тимпан; елементів, що означають функціональне призначення і відображають «ідеологію проживання», – салон, частина житла, де проходить день, проходить ніч, вітальня, ідальня;

2. *артікуляція за типами споруд*: соціальним: лікарня, дача, школа, замок, палац, вокзал; просторовим: храм на круглій основі, з основою у вигляді грецького хреста, «відкритий» план, лабіринт.

У такому разі коди, про які говорить У. Еко, не що інше, як іконічні, стилістичні або риторичні лексикоди. Тобто з комунікативної точки зору архітектура є однією з форм масової комунікації.

Як наочний матеріал для аналізу дискурсу історичної пам'яті у сучасному українському місті пропонується зафіксувати «тексти» архітектурних об'єктів м. Дніпра. Будь-яка національна чи імперська ідея чи ідеологія впроваджувалися через витвори мистецтва, передусім через архітектуру і містобудування, оскільки людина може не читати книг, не ходити в музеї і театри, але місто і будівлі, що його утворюють, бачить щодня. В усіх містах у різні історичні періоди з'являються ансамблі, що презентують домінуючі змістовні коди.

Візуальний код Дніпра представлений симбіозом архітектурних стилів, які презентують змістовні символічні коди, які є характерними для різних історичних етапів існування міста: умовно ми можемо виділити три періоди, що представляють різне ідеологічне навантаження формування міського простору, – імперський, радянський, незалежної української держави. Спробуємо прояснити логіку організації архітектурних ландшафтів міста в зазначені періоди.

Період перебування у складі Російської імперії.

Характерною особливістю модерну у Російській імперії, на відміну від Європи, де була сформована його ідеологія, є те, що він поширювався на її території дуже швидко і скоріше як явище архітектурної моди, ніж як усвідомлений «новий стиль», альтернативний еkleктиці. Модерн реалізовував популярну на той час програмну творчу концепцію «синтезу промисловості і мистецтва», витягуючи з нових технічних можливостей більшу свободу в архітектурному формоутворенні: тепер можна було значно збільшити поверховість будівель, перекрити великі прольоти, урізноманітнити пластику об'ємів застосуванням підвішених еркерів, витіюватих за формою веж і дуже активного пластичного декору [5].

Радянський період містобудування.

Дослідник, які працюють у напрямку вивчення особливостей містобудівних стратегій радянської епохи, зазначають, що для радянської архітектури мали велике значення теоретичні погляди Л. Корбюз'є. Архітектор підкреслював значення прямих вулиць (порядок дає свободу) і вважав важливим приведення сучасного міста з його хмарочосами до людського масштабу. Після детального опису життя свого ідеального міста автор як приватний приклад розглядає центр Парижу.

Радянська архітектура у XX столітті розвивалася у тісній взаємодії з розвитком суспільства, відповідаючи на соціальні виклики і підкоряючись політичній владі. Тобто вона була певним продовженням соціальних технологій щодо побудови соціальних утопій або боротьби з ними. Так, С. Хан-Магомедов виділяє декілька періодів розвитку радянської архітектури: окрім авангарду, який активно існував близько 15 років, 20 років розвивався «сталінський ампір», а потім його змінив «хрущовський утилітаризм» [11; 12].

Якою ж є логіка організації архітектурних ландшафтів? Які змістовні «повідомлення» були покладені в основу? Передусім в індустріальному місті треба переміщати з роботи і на роботу величезні маси людей, чого раніше ніколи не було. Відповідно, проблема транспорту стає головною і визначає більшість планувальних рішень. Крім того, ці мільйони необхідно десь селити. На відміну від ремісників, купців, чиновників, для яких важливо щось про себе сказати фасадом власного будинку, маси, що заповнювали великі радянські індустріальні міста, не мають коренів, і в цьому відношенні абсолютно однакові. Люди втрачають індивідуальність, перетворюються на трудовий ресурс, для якого буде створено масове, стандартне житло. Неважливо, бараки це на першому етапі, казарми, спальні райони – головне, що усі живуть в однакових умовах [1].

Грунтовно проаналізоване смислове навантаження радянської архітектури представлено у публікаціях Л. Бачинської, яка підкреслює, що архітектура, яка була створена під тиском керівних органів, обіцяла світле майбутнє для трудящих, ідеї якого народ підхопив і сліпо у них повірив, створювала штучне середовище, що було носієм державної ідеології. Серед різних способів декоративності архітектури розглядуваного періоду головним, найбільш виразним, ясным і влучним було використання державної символіки у закладах і установах представницької архітектури і не тільки.

У зв'язку із завданнями, що були покладені на державну символіку, для неї обирали на фасадному полі найкраще з точки зору візуального сприйняття та композиції місце, що добре проглядалося на відповідній відстані. Державні символи використовували: 1) як ознаки, що свідчили про тип політичного режиму; 2) як матеріальні елементи штучного середовища, що фіксували ці ознаки і потребували від народу шани, поваги, милування (тому форма символів і зміст мусили бути гармонійними); 3) як ознаки, що формували таке штучне середовище, яке виховувало населення у дусі патріотизму, любові до своєї нації і держави; 4) символи праці формували суспільну свідомість, спрямовану на підкреслення важливості праці для розвитку держави і добробуту народу, навіть на підтримку і поширення ідеї радощів, які надає праця на суспільне благо [3].

Архітектурні форми житлових будинків представлені «сталінками», «хрущовками», панельними багатоповерхівками. Що у них

особливого? Саме така класифікація будівель найбільш змістовно відображає синтагматичність архітектурних об'єктів у місті. Будівлі сталінського періоду здебільшого розташовані у центральній частині міста, у подальшому стають маркером статусності мешканців (соціальний, економічний капітал). Другим колом є поширення будівель хрущовського періоду, які вирізняються маркером приналежності до робітничого класу. Третє коло забудови представлено збільшенням кількості масивів багатоповерхівок (з найбільшим рівнем одноманітності та уніфікації), з одночасним зменшенням «приватного сектору».

Так, масове будівництво соціального житла («хрущовок») чудово вкладалося в ідеологічну колею радянщини. Це було створення нового середовища для нової (радянської, звичайно) людини. Простота форми, широкі засклені поверхні, що дають багато світла, бетон і сучасні будматеріали створювали новий урбаністичний пейзаж, в якому людина мала все необхідне для життя (хоча б у мінімальному обсязі) [13]. У подальшому дана ідея була поглиблена у забудові «спальних районів» багатоповерхівками. Навколо панельних будинків були широкі двори. При цьому планувалися не лише житлові будівлі, а цілі квартали і райони, продумувалася інфраструктура. Радянські норми того часу були досить жорсткими: від будинку до дитячого садочка мало бути не більше 200 метрів, а до школи – 500. Будинки розташовували так, щоб дітям по дорозі до школи не треба було зайвий раз переходити вулицю. Поліклініки чи, приміром, спортивні секції, теж мали бути поруч.

Пострадянський період. Період незалежної української держави.

Значимо, що після розпаду СРСР поступово відбулися зрушення у політиці організації забудови міського простору, велика кількість різнопланових тенденцій в архітектурних взірцях, зміна соціокультурних та соціоекономічних умов існування українського суспільства суттєво вплинули на візуальний та символічний образ українських міст.

По-перше, варто звернути увагу на зникнення ідеологічних фреймів забудови території міста та інкорпорацію національно-патріотичної символіки й ідеологічних кодів в архітектурні ландшафти міста починаючи з 2014 року (*завершення Революції Гідності та початок військових дій на Сході України*). Саме хронологічні рамки 2014 р. – по теперішній час можливо охарактеризувати як «національний романтизм» у міських просторах — насичення візуальних кодів, забарвлених у кольори національних символів, тенденції в оформленні рекламних кампаній з урахуванням національно-культурних артефактів, традиційних орнаментів тощо. Найвищого піку демонстрації національно-патріотичних почуттів набули в 2014–2015 рр. оформлення будинків національними кольорами та прапорами, поява національно-патріотичних графіті-дизайнів та інші.

По-друге, важливо зазначити відображення в архітектурних ландшафтах та публічних просторах міста тенденції «макдоналдизації»

(у широкому та вузькому значеннях). Через те, що одним з найбільш складних і суперечливих процесів у розвитку сучасного світу є соціокультурна глобалізація, яка охоплює такі сфери, як наука, освіта, культура, етика, ідеологія тощо, та породжує не тільки взаємопроникнення, але і взаємовідштовхування культур. З одного боку, глобалізація сприяє прискоренню соціокультурної динаміки, значному збільшенню обсягу інформації, споживаної індивідом. Вона долає політичні кордони та ідеологічні бар'єри, які здавалися непорушними протягом багатьох століть. Макдональдизація у широкому сенсі являє собою набір принципів організації діяльності, що дозволяють, керуючись чіткою схемою обмежень та правил, максимально швидко й ефективно досягати поставленої мети. Тобто це процес, під час якого принципи роботи ресторану швидкого обслуговування починають визначати практично всі сфери суспільства. Можна назвати це своєрідним спрощенням існуючої дійсності, існування за певними шаблонами, стандартами.

Ведучи мову про практики макдональдизації, які ґрунтуються на ряді принципів, вказаних Дж. Рітцером, слід згадати факт того, що вони ілюструють собою властивості постнекласичного світу, коли несуттєві, випадкові явища набувають характеру важливих і значущих, що забезпечують ефективність, передбачуваність, надійність тощо. Так, З. Бауман зазначає, «що відбувається стійка та послідовна «макдональдизація» міського простору з її пануючою тенденцією до стандартизації та встановлення одноманітності, та чим менш передбачуваним є міське середовище, тим вищою стає цінність мікробластей, на кшталт ресторанів MacDonald's, кафе Starbucks або закусочних Steak Hous та Pizza Hut, які приносять довгоочікуване визволення від збиваючої з толку новизни». Все це посилює дезорієнтованість мешканців та їх ідентичностей, усвідомлення як теперішнього, так і майбутнього [2].

Третім показовим моментом є виникнення гібридних форм архітектурних ландшафтів, що репрезентують собою досить дивні комбінації стилів катеринославського модерну, радянського конструктивізму, постмодернізму, хай-теку тощо. Так, іспанський письменник та філософ Ж. Субірос підкреслює, що однією з головних проблем сучасного міста є те, що часто нові райони забудови задумуються й організовуються подібно до островів, які наче існують поза історією та традиційними кодами значень. І ця неадекватність більшою мірою залежить від неможливості зустрічі різних часів у певному місці. Інакшими словами, існує брак артикуляції між дуже різними досвідами різноманітних груп, що утворюють місто, між історичними відповідниками та сучасними формами, між спогадами, образами, традиційними цінностями та інноваційними проектами [10].

Візуальний та змістовний аналіз результатів комбінації різних історико-культурних традицій містобудування, проектування та урбаномії дозволив зафіксувати специфічні та типові характеристики міського простору м. Дніпра — від катеринославського модернового стилю

до індустріального домінування, конструктивізму, постмодернізму, ефектів «макдональдизації», національного романтизму тощо. Надалі цей вектор досліджень може бути поглиблено за рахунок включення до методологічної бази аналізу принципів семиології та дискурс-аналітичної стратегії у вивченні міста.

Список використаної літератури

1. Архитектура: город для одинаковых (2011). URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/7563/>
2. Бауман З. Город страхов, город надежд. *Логос*. № 3, 2008. С. 24–53.
3. Бачинська Л. Способи реалізації державно-ідеологічної сутності у радянській архітектурі 1940-х – 1950-х років. *Web of Scholar*, 2018. № 5(23), Vol. 1.
4. Вахштайн В. Социология архитектуры: как общество отражается в зданиях. 2019. URL: <https://postnauka.ru/faq/103581>.
5. Давидич Т. Соединение российских, украинских и европейских тенденций в архитектуре харьковского модерна. *Архитектура*, 2017. №1, с. 29–38.
6. Джекобс Д. Смерть и жизнь больших американских городов. Москва : Новое издательство, 2011.
7. Иконников А. Архитектура XX века. Утопии и реальность: Издание в двух тт. Том II / Под ред. А.Д. Кудрявцевой. Москва : Прогресс-Традиция, 2002.
8. Лотман Ю. Семіосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров: Статьи. Исследования. Заметки. Санкт-Петербург : «Искусство-СПб», 2000.
9. Назаров М. Архитектурное пространство как социокультурный феномен Волгоград : Изд-во ФГБОУ ВПО ВолГАСУ, 2010. С. 136.
10. Субірос Ж. Культурні стратегії та оновлення міста: досвід Барселони. *Місто й оновлення. Урбаністичні студії*. Представництво Фонду ім. Гайнріха Бюлля в Україні; Редкол.: С. Шліпченко, В. Тимінський, А. Макаренко, Л. Малес, І. Тищенко. Київ, 2013. С. 360.
11. Хан-Магомедов С. Архитектура советского авангарда: В 2-кн. : Кн. 2. Социальные проблемы. Москва : Стройиздат. 2001.
12. Хан-Магомедов, С. (2006). Хрущевский утилитаризм: плюсы и минусы. *Академия*, 4, 17–23.
13. Хрущовки. Минуле: як французька мрія стала радянською реальністю. (2017). URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2017/09/27/226648/>.
14. Эко, У. (2006). Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Санкт-Петербург : Симпозиум.

Михно Н. К. Трансформация архитектурных форм города под влиянием изменений соционсторических условий

Основное внимание в данной статье сосредоточено на определении характера изменений архитектурных форм в городском пространстве в зависимости от движения соционсторических условий развития общества. Описана актуализация научного интереса к изучению места и роли архитектурных объектов в плоскости модерна. Выделены основные научные векторы исследования проблемного поля социологии архитектуры. Подчеркнуто, что изменения, которые происходят в политическом и

культурном поле, соответственно влияют на организацию пространства города, в частности архитектурные ландшафты. В истории украинского общества произошли драматические сдвиги при переходе от имперского к советскому идеологическому дискурсу современного независимого украинца, что соответственно повлияло на символическую маркировку пространственных явлений и развития городов. На основе предложенных У. Эко архитектурных классификационных кодов (синтаксис – код, относящийся к технике строительства; семантическая – артикуляция архитектурных элементов, артикуляция типов конструкций) и в результате проведенного авторского исследования методом визуального анализа на примере города Днепра были зафиксированы специфические и типичные характеристики городского пространства – от Екатеринославского современного стиля к индустриальному доминированию, конструктивизму, постмодернизму, эффектов «макдональдизации», национального романтизма и так далее.

Архитектурную форму зданий советского периода представляют «Сталинка», «Хрущевка» и панельные жилые дома. Отмечено, что данная классификация зданий синтагматически отражает наиболее значимые архитектурные объекты города. Значительное внимание уделено особенностям производства и презентации архитектурных кодов в современном украинском городе. Отмечено, что сдвиги в организационной политике развития городского пространства, большое количество разнообразных тенденций в архитектурных моделях, изменение социокультурных и социально-экономических условий существования украинского общества существенно повлияли на визуальный и символический образ украинских городов. Обращается внимание на исчезновение идеологических рамок развития города и включение национально-патриотической символики и идеологических кодов в архитектурный ландшафт города. Указан отраженный в архитектурном ландшафте и общественных пространствах тренд города «макдональдизация» (в широком и узком смысле). Записано появление гибридных форм архитектурных ландшафтов, довольно странное сочетание стилей Екатеринославского Модерна, советского конструктивизма, постмодернизма, хай-тека и так далее.

Ключевые слова: город, городское пространство, архитектурный объект, архитектурный ландшафт, архитектурная форма, визуальный код, публичное пространство.

Mikhno N. Transformation of architectural forms of the city under the effect of changes in socio-historical conditions

The main focus of this article is on determining the nature of the changes of architectural forms in the urban space depending on the movement of socio-historical conditions of development of society. Contoured actualization of scientific interest to study the place and role of architectural objects in the plane modern. Main scientific vectors the study of the problem field of sociology of architecture. Emphasized that the changes that occur in the political and cultural field, respectively, affect the organization of space, in particular architectural landscapes. In the history of the Ukrainian society has undergone dramatic shifts in the transitions from Imperial to Soviet ideological discourse of the modern independent Ukrainian, which consequently influenced the symbolic marking of spatial phenomena and urban development. Based on the proposed U. Eco architectural classification codes (syntax – code referring to the construction technique; semantic – articulation of

architectural elements, the articulation of the types of structures) and as a result of the author's research method of visual analysis on the example of the city of Dnepr were recorded the specific and typical characteristics of urban space – from Ekaterinoslav modern style to industrial dominance, constructivism, postmodernism, the effects of “McDonaldization”, national romanticism, and the like.

The architectural form of the buildings of the Soviet period is represented by “Stalinka”, “Khrushchevka” and panel apartment blocks. It is noted that this classification of buildings reflects syntagmatically the most meaningful architectural objects in the city. Considerable attention is focused on the features of the production and presentation of architectural codes in the modern Ukrainian city. It is noted that the shifts in organizational policy development of urban space, a large number of diverse trends in architectural models, changing sociocultural and socioeconomic conditions of existence of the Ukrainian society significantly influenced the visual and the symbolic image of Ukrainian cities. Attention is drawn to the disappearance of the ideological frames of development of the city and incorporation of the national-Patriotic symbolism and ideological codes in the architectural landscape of the city. Specified reflected in the architectural landscape and public spaces trend city of “macdonaldization” (in the broad and narrow senses). Recorded the emergence of hybrid forms of architectural landscapes, are quite a strange combination of styles Ekaterinoslav Moderne, Soviet constructivism, postmodernism, hi-tech etc.

Key words: *city, urban space, architectural object, architectural landscape, architectural form, visual code, public space.*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 331.108.43: 316

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.3>

К. А. АГАЛАРОВА, Н. О. ЛЯШЕНКО

РОЛЬ АТЕСТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УПРАВЛІННІ КАР'ЄРОЮ

У статті розглядається роль атестації працівників у процесі управління їх внутрішньо-організаційною кар'єрою. Відмічається, що ефективно управління кар'єрою має будуватися на всебічній оцінці працівника, відповідності його досвіду, навичок і особистісних якостей займаній посаді. У статті підкреслюється соціологічний аспект вивчення ролі атестації в управлінні кар'єрою, який полягає в дослідженні рівня поширення цієї практики в сучасних організаціях, очікувань персоналу від атестацій, думок керівників і служб по роботі з персоналом про їх ефективності. Зазначається, що соціальна проблема полягає в тому, що в управлінні кадрами не використовуються нові технології, оцінка персоналу суб'єктивна, а особистісні та професійні якості працівників не є підставою для кар'єрних просувань.

У статті представлені дані соціологічного дослідження, спрямовані на вивчення впливу сертифікації на кар'єрний рух працівників. Опитування показало, що серед працівників профспілки майже половина оцінює їх кар'єру як вдалу, а чверть – мени успішну. Серед чоловіків все менше незадоволених кар'єрою, але відсоток тих, хто вважає свою кар'єру в союзі невдалою, більше, ніж жінок. Серед якостей, які роблять співробітників різних посад успішними у просуванні кар'єри, є такі набори якостей: для керівників – здатність ставити чіткі цілі, вміння планувати та організовувати керівництво; для професіоналів – здатність ставити чіткі цілі, вміння планувати та організовувати, орієнтовані на результат, вміння збирати та аналізувати інформацію, вміння працювати в групі; для технічних виконавців – це вміння працювати в групі, здатність ставити чіткі цілі, вміння аналізувати інформацію та вміння робити важку роботу. Існує різниця у просуванні кар'єри між чоловіками та жінками: кожна третя жінка взагалі не перейшла на вищу посаду, тоді як лише кожна п'ята людина цього не зробила. Стажування впливає на просування по службі в профспілці. Також на кар'єрний ріст працівників впливає кілька факторів, серед яких: досвід роботи, професійна компетентність та особисті якості. Насамперед працівники очікують від оцінок змін у системі винагород та штрафних санкцій, зміни розміру заробітної плати та виявлення професійно сильних працівників.

У статті доведено, що сучасні умови діяльності організації зумовлюють необхідність удосконалення роботи з кадрами, спрямованої на підвищення професіоналізму трудових колективів і працівників, посилення вимогливості до їх ділових якостей та результативності праці.

Ключові слова: атестація персоналу, кар'єра, професійна кар'єра, управління кар'єрою.

Постановка проблеми. Ефективне управління персоналом в організації передбачає побудову цілісної політики підготовки та просування працівників у середині фірми, підприємства, компанії тощо, що дозволяє забезпечувати себе кваліфікованими працівниками. В результаті організація стає певною мірою незалежною від коливань зовнішнього ринку трудових ресурсів, зберігає досвід і кваліфікацію працівників, накопичені у фірмі, зберігає і розвиває потенціал кожного співробітника, отримує цілеспрямованих співробітників, що пов'язують свою професійну діяльність з даною організацією, що підвищує продуктивність праці і знижує плинність робочої сили.

Ефективне управління кар'єрою має будуватися на всебічній оцінці працівника, відповідності його досвіду, навичок і особистісних якостей займаній посаді. Висування на керівні пости, ротація кадрів передбачає попередню атестацію персоналу.

Соціологічний аспект вивчення ролі атестації в управлінні кар'єрою полягає в дослідженні рівня поширення цієї практики в сучасних організаціях, очікувань персоналу від атестацій, думок керівників і служб по роботі з персоналом про їх ефективності. Соціальна проблема полягає в тому, що в управлінні кадрами не використовуються нові технології, оцінка персоналу суб'єктивна, а особистісні та професійні якості працівників не є підставою для кар'єрних просувань.

Витоки вивчення проблем кар'єри йдуть з досліджень феномену соціально-професійної мобільності. Так, на переміщення людей по шаблях різних ієрархій звертали увагу М. Гізо (церковна ієрархія), А. Токвіль (соціальна ієрархія). Найбільш глибоко уявлення про мобільність були розкриті пізніше в працях П. Сорокіна, Т. Парсонса та їх послідовників: Р. Бендикс, П. Бло, О. Данко, Е. Джексона, Г. Кроккета, С. Ліпсета та інших.

На сучасному етапі можна виділити ряд зарубіжних авторів, які присвятили свої роботи різним аспектам кар'єри, як-от: В. Берг, Ф. Беттджер, Е. Беррі, Р. Кросс, Х. Маккей, Б. Швальбе. Серед пострадянських дослідників кар'єри найбільш помітні А. Гусева, І. Добротворський, А. Зінов'єв, В. Іглін, Б. Літова, А. Маркова, В. Петрушін, В. Поляков, С. Попов, С. Сотникова, А. Ушаков. У роботах цих авторів зроблено акцент на розробку технологій сучасної професійної кар'єри, тоді як теоретичні питання формування і розвитку внутрішньоорганізаційної кар'єри слабо порушені.

Широкого поширення набули наукові дослідження, в яких автори застосовують категоріально-понятійний апарат, що включає такі поняття, як «посадова кар'єра», «управління кар'єрою». У них розглядалися питання внутрішньоорганізаційної кар'єри різних категорій працівників, розроблялися рекомендації для керівників з регулювання кар'єрних процесів. Питанням управління персоналом взагалі і атестації персоналу зокрема присвячені роботи А.Н. Аверіна,

М.В. Александрової, Є.Н. Борисової, В.О. Базарової, А.М. Колота, О.В. Крушельницького, Л.І. Михайлової, Ф.І. Хміль.

Однак роль атестації персоналу в управлінні кар'єрними переміщеннями в теоретичних дослідженнях також фактично не зачеплена, що зумовлює актуальність цієї статті.

Метою статті є визначення ролі атестації працівників у процесі управління їх внутрішньоорганізаційною кар'єрою.

Виклад основного матеріалу. Термін «кар'єра» від латинського слова *carus* – віз, візок; від італійського *carriera* – біг, життєвий шлях, поприще; від французького *carriere* – просування в якій-небудь сфері діяльності, досягнення популярності, слави, вигоди. У XIX столітті поняття кар'єра визначалося як «шлях, хід, терені життя, служба, успіх і досягнення його, успіх у суспільстві, швидке досягнення чинів і орденів [1].

Професійна кар'єра – це становлення працівника як професіонала, кваліфікованого фахівця у своїй справі, що відбувається протягом усього його трудового життя. Вона може реалізовуватися на різних підприємствах. Професійна кар'єра може йти по лінії: спеціалізації (поглиблення в одній, обраній на початку професійного шляху, сфері діяльності); транспрофесіоналізації (оволодіння іншими сферами діяльності) [5].

Атестація персоналу (оцінка відповідності займаній посаді) – процедура систематичної формалізованої оцінки згідно з заданими критеріями відповідності діяльності конкретного працівника чітким стандартам виконання роботи на цьому робочому місці на конкретній посаді за певний період часу [3]. Сучасна практика оцінювання персоналу має у своєму арсеналі значну кількість методів оцінювання. Методи оцінювання бувають різні, їх вибір залежить не тільки від параметрів дослідження, але і від чисельності оцінюваного персоналу і кваліфікації фахівця, відповідального за реалізацію цього заходу [4].

Сьогодні можна говорити про абсолютно новий етап атестації, за якого замість масових кампаній, що мають зазвичай формальний характер, проводяться перевірки на професіоналізм і придатність до роботи конкретного співробітника в сучасних умовах. Зараз необхідність і корисність атестації очевидна – з її допомогою можна об'єктивно визначити цінність кожного працівника для конкретної організації та визначити йому гідне місце.

На жаль, практика проведення внутрішньоорганізаційних атестацій свідчить, що найчастіше вони проводяться формально, винятково з урахуванням вимог відповідних нормативних документів або локальних положень, що розробляються самими підприємствами (організаціями). Такий підхід не дозволяє достатньою мірою оцінити ділові та професійні якості працівників та правильно визначити заходи мотиваційного впливу. У зв'язку з цим найважливішим завданням сучасної організації створити таку систему атестації персоналу, яка б врахову-

вала цілі і стратегії, а також специфіку корпоративної культури, була однаково збалансована з точки зору точності, об'єктивності, простоти і зрозумілості. Прагнення до об'єктивності під час проведення заходів по атестації персоналу підштовхує до пошуку найбільш ефективних методів та виділення основних якостей персоналу, які потребують першочергового оцінювання. Саме це зумовило актуальність проведення емпіричного дослідження щодо виявлення впливу атестації на кар'єрне переміщення працівників ТОВ «ВО «Харків» проведеного дослідницькою групою НТУ, «ХПП» у 2017 р.

У процесі дослідження було з'ясовано, що майже однакова кількість респондентів вважає свою кар'єру в організації абсолютно вдалою і абсолютно невдалою (15% і 12% відповідно). Третині респондентів важко було оцінити свою кар'єру. Майже половина опитаних оцінює свою кар'єру як успішну і чверть – як більш менш не успішну. Серед чоловіків менше тих, хто незадоволений своєю кар'єрою, але відсоток серед тих, хто вважає свою кар'єру в об'єднанні зовсім невдалою, більше, ніж у жінок.

Серед якостей, які роблять працівників різних посад успішними в кар'єрному просуванні, можна виділити такі набори якостей: для керівників – це вміння ставити чіткі цілі, вміння планувати та лідерство організовувати; для фахівців – це вміння ставити чіткі цілі, вміння планувати і організовувати, орієнтація на результат, вміння збирати і аналізувати інформацію, вміння працювати у групі; для технічних виконавців – це вміння працювати у групі, вміння ставити чіткі цілі, вміння аналізувати інформацію та вміння працювати з великим навантаженням.

За результатами дослідження, третина респондентів просувались кар'єрними сходами 3–5 років тому, чверть взагалі не мали можливості підійматися кар'єрними сходами, ще п'ята частина респондентів відмітили, що просувались 1–2 роки тому, і майже ніхто не просувався кар'єрними сходами протягом останнього року. Є різниця в просуванні кар'єрними сходами між чоловіками та жінками: кожна третя жінка взагалі не переміщувалась на більш високу посаду, тоді як це не робив тільки кожний п'ятий чоловік. Стаж впливає на кар'єрне просування працівників в об'єднанні. Більше половини опитуваних зі стажем від 10 до 15 років відмітили, що просувались кар'єрними сходами 3–5 років потому, а кожен четвертий – 1–2 роки потому. Взагалі всі, хто має стаж більш 10 років, мали посадове підвищення, тоді як три чверті працівників зі стажем від 1 до 5 років не мали посадового підвищення. Кар'єрне зростання серед працівників, які мають стаж роботи від 1 до 5 років, йде повільніше, ніж серед тих, у кого стаж більше 5 років. Половина опитаних сказали, що підвищення заробітної плати останній раз було 3–5 років тому. Ніхто не отримував підвищення зарплати за останній рік. Кожному четвертому працівнику керівництво підприємства доручало більш складну роботу протягом останнього року,

а третина респондентів отримали таку роботу останні 1–2 роки. 10% отримували складні доручення більше 5 років тому. Таким чином, складність роботи у чверті опитаних підвищилась, а заробітна плата залишилась незмінною. І за результатами атестації, ці люди очікували зміни заробітної плати. Така розбіжність між очікуваннями працівників і тим, що вони отримують, на виробництві може призвести до виникнення конфліктної ситуації у колективі або сприяти відтоку працівників з організації.

На кар'єрний ріст працівників в організації впливає одразу декілька чинників, серед них частіше респонденти вказували на стаж роботи, професійну компетентність, особисті якості. Кожен другий відмічав, що для того, щоб мати кар'єрне зростання необхідно мати добрі стосунки з керівництвом. Результати атестації як чинник просування в об'єднанні назвали 40% тих, хто відповідав. Отже, атестація не є головним фактором кар'єрного просування, але і не є тим чинником, який співробітники вважають мало важливим у їх кар'єрі.

Працівники досліджуваної організації передусім очікують від атестації зміни системи заохочень та покарань, зміни розміру заробітної плати, виявлення професійно сильних працівників. Майже кожний другий нічого не очікує від атестації. Кожний третій очікує зміни своєї посадової позиції і стільки ж виявлення професійно слабких працівників.

Майже 70% опитаних проходили атестацію під час своєї праці на виробництві. Опитані працівники компанії (з числа тих, хто згадав про атестацію) відповіли, що атестація проводилась різними способами. Частіше це було оцінювання працівників за системою показників, які існують в об'єднанні безпосереднім керівником або колегами, або ставилися конкретні завдання і відводився час, за який їх потрібно було вирішити. Способи, якими проводилась атестація, відрізняються для працівників на різних посадах. Всі опитані проходили атестацію протягом останніх п'ятьох років. Це співпадає з терміном, який є бажаним для проведення атестації працівника у будь-якій організації, – не рідше одного разу на п'ять років. Періодична атестація не тільки вирішує конкретні завдання з удосконалення управління персоналом і розстановці кадрів. Але й визначає потреби у підвищенні кваліфікації і навіть деяким чином керує кар'єрою співробітників. Більше половини за час своєї праці в об'єднанні проходили атестацію один раз. Тільки 28% опитаних однозначно відповіли, що існує зв'язок між результатами атестації, яка проводиться у організації, і змінами у посадових позиціях атестованих, 58% – такого зв'язку не бачать.

Після атестації позиція майже третини респондентів в організації підвищилась, дві третини стверджують, що позиція не змінилась, і майже десята частина респондентів сказали про те, що їх позиція знизилась. Щодо впливу атестації працівників на їх матеріальну винагороду, то 7% опитаних (з числа тих, хто проходив атестацію) відпо-

віли, що суттєво підвищилась, 28% відповіли, що вона частково підвищилась, а 65%, що не змінилась зовсім. Існує різниця між групами працівників з різною посадою та стажем роботи в частині впливу заходів з атестації персоналу: після проведення атестації позиція підвищилась у всіх керівників та у більше ніж половини фахівців, але тільки у 10% технічних спеціалістів. Навіть більше, у 3% технічних виконавців позиція знизилась. Таким чином, для нижчих посад оцінка персоналу виконує скоріше роль поточного контролю займаній посаді, а для вищих є підставою для підвищення. Підвищення матеріальної винагороди працівників після атестації також залежить від їх посади: Після проведеної атестації суттєво покращилась матеріальна винагорода у всіх керівників, у 46% фахівців і ні у кого з технічних виконавців.

Висновки. Отже, з огляду на вищевикладене можна зробити висновок, що сучасні умови діяльності організацій зумовлюють необхідність удосконалення роботи з кадрами, спрямованої на підвищення професіоналізму трудових колективів і працівників, посилення вимогливості до їх ділових якостей та результативності праці. Основними напрямками цієї діяльності є забезпечення правильного добору, розстановки і використання кадрів відповідно до їх кваліфікації, рівня підготовки і досвіду роботи, раціонального розподілу і кооперації праці фахівців, своєчасне прийняття заходів заохочення і стягнення за результатами виробничої діяльності. Важливим інструментом проведення цієї роботи є атестація.

Список використаної літератури

1. Васильев И.Г. Карьера как фактор профессионального развития государственных служащих : автореф. дис. канд. социол. наук. / И.Г. Васильев. Москва, 1999. 20 с.
2. Работа с персоналом организаций : навч. посіб. / за ред. І.П. Руценка. Харків : Видавництво, «Форт», 2013. 460 с.
3. Савельева В.С., Ськов О.Л. Управление персоналом : навчальний посібник. / В.С. Савельева, О.Л. Ськов. Київ : ВД «Професіонал», 2005. 336 с.
4. Управление персоналом на производстве : учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Н.И. Шаталовой, Н.М. Бурносова. / Н.И. Шаталова, Н.М. Бурносова. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 381 с.
5. URL: https://pidruchniki.com/18800413/menedzhment/upravlinnya_protsekom_rozvitku_ruhom_personalu_pidpriemstva.

Агаларова К. А., Ляшенко Н. О. Роль аттестации персонала в управлении карьерой

В статье рассматривается роль аттестации работников в процессе управления их внутренне организационной карьерой. Отмечается, что эффективное управление карьерой должно строиться на всесторонней оценке работника, соответствия его опыта, навыков и личностных качеств занимаемой должности. В статье подчеркивается социологический аспект изучения роли аттестации в управлении карьерой, который заключается

в исследовании уровня распространения этой практики в современных организациях, ожиданий персонала от аттестаций, мнений руководителей и служб по работе с персоналом об их эффективности. Отмечается, что социальная проблема заключается в том, что в управлении кадрами не используются новые технологии, оценка персонала субъективная, а личностные и профессиональные качества работников не являются основанием для карьерных продвижений.

В статье представлены данные социологического исследования, направленного на изучение влияния сертификации на карьерное движение работников. Опрос показал, что среди профсоюзных работников почти половина оценивает свою карьеру как успешную, а четверть – как менее успешную. Среди мужчин меньше людей недовольны своей карьерой, но процент тех, кто считает свою карьеру в союзе неудачной, больше, чем среди женщин. К качествам, которые делают сотрудников различных должностей успешными в продвижении по службе, относятся следующие: для менеджеров – умение ставить четкие цели, умение планировать и организовывать лидерство; для профессионалов – умение ставить четкие цели, умение планировать и организовывать, ориентироваться на результат, умение собирать и анализировать информацию, умение работать в группе; для технических исполнителей – это умение работать в группе, умение ставить четкие цели, умение анализировать информацию и умение выполнять тяжелую работу. Существует разница в продвижении по карьерной лестнице между мужчинами и женщинами: каждая третья женщина вообще не двигалась на более высокую должность, в то время как только каждый пятый человек этого не сделал вообще. Стажировки влияют на карьерный рост работников в профсоюзе. Кроме того, на карьерный рост сотрудников влияют несколько факторов, в том числе: опыт работы, профессиональная компетентность и личные качества. Прежде всего, сотрудники ожидают от оценок изменений в системе поощрений и штрафов, изменений в размере заработной платы и выявления профессионально сильных работников.

В статье доказано, что современные условия деятельности организаций обуславливают необходимость совершенствования работы с кадрами, направленной на повышение профессионализма трудовых коллективов и работников, усиление требовательности к их деловым качествам и результативности труда.

Ключевые слова: аттестация персонала, карьера, профессиональная карьера, управление карьерой.

Agalarova K., Liashenko N. The role of personnel attestation in career management

The article discusses the role of certification of employees in the process of managing their internal organizational career. It is noted that effective career management should be based on a comprehensive assessment of the employee, the relevance of his experience, skills and personal qualities of the position. The article emphasizes the sociological aspect of studying the role of certification in career management, which is to study the level of dissemination of this practice in modern organizations, staff expectations from certification, opinions of managers and personnel services about their effectiveness. It is noted that the social problem lies in the fact that new technologies are not used in personnel management, the

assessment of personnel is subjective, and the personal and professional qualities of employees are not grounds for career advancement.

The article presents data from a sociological study aimed at studying the impact of certification on the career movement of workers. The survey found that, among union workers, nearly half rate their careers as successful and a quarter as less or less successful. Among men, fewer are dissatisfied with their careers, but the percentage of those who consider their career in union to be unsuccessful more than women. Among the qualities that make employees of various positions successful in career advancement are the following sets of qualities: for managers – the ability to set clear goals, the ability to plan and organize leadership; for professionals - the ability to set clear goals, the ability to plan and organize, result-oriented, the ability to collect and analyze information, the ability to work in a group; for technical performers, it is the ability to work in a group, the ability to set clear goals, the ability to analyze information, and the ability to do heavy work. There is a difference in career advancement between men and women: one in three women did not move to a higher position at all, while only one in five people did not. Internships affect the career advancement of employees in the union. Also, several factors influence the career growth of employees, including: work experience, professional competence, and personal qualities. First of all, employees expect from the appraisals of changes in the system of rewards and penalties, changes in the amount of wages, and the identification of professionally strong employees.

It is proved in the article that the modern conditions of activity of organizations cause the need to improve the work with personnel aimed at increasing the professionalism of labor collectives and employees, increasing the demand for their business qualities and the efficiency of work.

Key words: *personnel certification, career, professional career, career management.*

UDC 316.77

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.4>

N. M. LYSYTSIA, Yu. V. BYELIKOVA

MOTIVES FOR USING SOCIAL NETWORKS (ON THE EXAMPLE OF FACEBOOK)

The article is devoted to the research of motives for using social networks. The socio-demographic characteristics of users of the social network Facebook (its Ukrainian segment) were analyzed. The heterogeneity of users of the social network was considered based on data on the spread of their interests, which made it possible to identify four main motives for using the Facebook social network: hedonistic, social, active and professional.

The difference in the prevalence of these motives among male and female audiences were considered. Hedonistic motive is the most common in both audiences, but for the men the core of the motive is "entertainment", instead for women "shopping and fashion" and "entertainment". The social motive for using social networks is quite common, but it is more important for women than men. The biggest difference between male and female audiences is seen in the interest "family and relationships" (one of the least common among the men). The active motive for using social networks is less common compared to hedonistic and social motives; the popularity for both sexes is the interest of «sports and recreation», while "fitness and health" is more common among the female audience. The professional motive for using social networks is quite common in both male and female audiences.

Based on the results of the analysis, recommendations were made to marketers for promoting various product groups on Facebook. Given that the main motive for using the network is the hedonistic motive, the promotion of entertainment services is the most sought after product today and should be targeted at both male and female audiences.

While promoting FMCG Group products, you should not exclude a male audience when targeting, but the recommended ratio will be 1/3 male to 2/3 female audiences, which is a general recommendation for products designed for men and women. While promoting sports and leisure products, it is advisable to target a 50/50 male / female audience.

Given the importance of professional motives for both male and female audiences, you should target your audience 50/50 when promoting the products of categories "business", "industry", "technology". This dependency will remain in the audience's interest in the content of the issue.

The differences in the prevalence of social motive will be a clue to the formation of content and emphasis on values in the process of audience engagement: content dedicated to children and hobbies, hobbies will be interesting to both sexes.

Key words: social media, Facebook users, motives, gender, social media marketing.

The online media, including social networks, are becoming increasingly popular around the world. Their popularity is related, on the one hand, to the availability of various content (information, entertainment) that the user

receives promptly, in a convenient form and relevant to their previous experience of interacting with various materials. On the other hand, networks realize specific needs and interests of people in communication (communication can be realized in open or closed interest groups, in a dialogue mode, in a commentary mode), allow people to follow the news about celebrities, new products on brand pages, realize themselves as bloggers / authors, promote their business, and more.

Most scientific works that study the motives for using social networks focus on the coverage of the local context and are empirically confirmed on surveys of young people (mostly students). Thus, the researchers Lin, Kuan-Yu, and Hsi-Peng Lu [8], having student surveys as a base, conclude that enjoyment is the main motive for using social media. The scientists Whiting, Anita and David Williams [10] also come to this conclusion and claim that pleasure drives the use of networks. The work by Heinonen, Kristina [5] describes the differences between passive and active use of social media, which correlates with the types of media consumers highlighted by practices: passive consumers, participants of discussions and content generators.

Seidman, Gwendolyn [9] examined the relationship between the Big Five and the use of Facebook to fulfill belonging and self-presentational needs. Their conclusions are: high agreeableness and neuroticism were the best predictors of belongingness-related behaviors and motivations; extraversion was associated with more frequent use of Facebook to communicate with others; self-presentational behaviors and motivations were best predicted by low conscientiousness and high neuroticism. Results suggest that conscientious individuals are cautious in their online self-presentation. Neuroticism, agreeableness, and extraversion were positively associated with the tendency to express one's actual self. Neuroticism was positively associated with the expression of ideal and hidden self-aspects. The motivation to express these self-aspects mediated the relationship between neuroticism and self-disclosure [9, P. 402]. A.N. Joinson [6] investigates the uses of social networking site Facebook, and the gratifications users derive from those uses.

In the works of Ukrainian scientists, social networks are considered mainly as a form of communication or an agent of socialization. Therefore, despite the considerable number of works devoted to the study of social networks, the motives for using social networks of the Ukrainian segment of Facebook remain insufficiently studied, which makes the problem relevant. By motives we mean the driving forces of behavior, the drive to act, that is, what drives people to use the social network Facebook.

It is interesting to combine real and virtual worlds within social networks, which is not only a source of opportunity and has the advantages of compensating for the disadvantages of one world at the expense of another. There is also a danger, for example, of the appearance of new types of fraud: "phishing" (swindle personal data from unsuspecting or

inattentive users of the network), “pharming” (secret redirecting of a victim to a false IP address in order to obtain logins and passwords).

According to a USAID-Internews poll¹ on media consumption, online media and social networks have taken the lead in popularity in Ukraine [2]. The survey found that 68% of respondents use social networks to get news (comparing with 53% last year), while television channel popularity and reach fell to 66% (comparing with 77% last year). According to the survey results, the share of Ukrainian Internet users has increased: now 85% of Ukrainians are online, which substantiates the feasibility of studying both the motives for using various social networks and online media, and the specific behavior of online users belonging to different socio-demographic groups.

The purpose of the article is to identify the motives for using social networks based on user data available on Facebook. To achieve this goal, you need to solve the following problems:

1) investigate the place of social networks in the modern society, their role and possible motives for the use of social networks;

2) consider the heterogeneity of users of social networks based on the data about the spread of their hobbies (interests);

3) analyze the socio-demographic characteristics of users of the social network Facebook (its Ukrainian segment);

4) provide advice to marketers on promoting various product groups on Facebook.

In Ukraine, Facebook social network, together with Google’s search service and the largest video host Youtube, is among the three most popular sites according to Kantar TNS [3].

Table 1

Top 20 sites by visiting (September 2019) [3]

№ in rating	site	reach
1	google.com	21800980
2	youtube.com	16686530
3	facebook.com	15124150
4	wikipedia.org	12612310
5	rozetka.com.ua	11130270

¹ The survey was conducted by the sociological company InMind, commissioned by the international non-profit organization Internews, which implements the “Media Program in Ukraine” with the financial support of the United States Agency for International Development (USAID). The main purpose of the survey is to study the habits of Ukrainians with regard to media consumption, as well as their confidence in the media, assess the level of media literacy and public awareness of the implementation of reforms in Ukraine. In June-July 2019, the representatives of InMind questioned 4,056 respondents. The sampling error does not exceed 2.5%.

6	privatbank.ua	10688930
7	ukr.net	9309450
8	olx.ua	9045740
9	prom.ua	8821630
10	sinoptik.ua	7642490
11	obozrevatel.com	6809900
12	tsn.ua	5955130
13	instagram.com	5913070
14	24tv.ua	4722140
15	segodnya.ua	4674470
16	aliexpress.com	4304280
17	gismeteo.com	4271010
18	parimatch.com	3915360
19	ria.com	3909370
20	allo.com	3899950

Describing the top 20 sites by traffic, it should be noted that they allow you to understand the needs of Ukrainians in the use of the Internet, the areas that are most in demand: information (search engines, news sites, Wikipedia, weather), entertainment-information-communication (video hosting, social networks), e-commerce (online shopping), financial management (internet banking, bookmaker holding).

That is, the motives for using social networks are likely to combine the motives for using the Internet as a whole (information search, entertainment, communication, shopping, financial services management), motives present in offline life (communication, emotional support or vice versa) and specific motives specific only to social networks.

Such specific motives include, for example “social searching” and “social browsing” that are noted by Lampe, C., Ellison, N. and Steinfield [7, P. 167], in their opinion there is distinction between the use of Facebook for “social searching” – finding out information about offline contacts, and “social browsing” – the use of the site to develop new connections, sometimes with the aim of offline interaction. A survey of over 2,000 students, found evidence that the primary use of Facebook was for “social searching” – that is, using Facebook to find out more about people who they have met offline, or who they attend class or share a dormitory with, while the use of Facebook for “social browsing”, for instance, to meet someone via the site with the intention of a later offline meeting, or to attend

an event organized online, scored relatively low amongst their sample [7, P. 168–170].

Golder S. A., Wilkinson D. and Huberman B.A. [4] report that while the vast majority of messages are sent to friends (90.6%), a large proportion (41.6%) is sent to friends outside of one's local network. This suggests that messaging is used to maintain and build social ties across distances. In comparison, "pokes" (a form of content-free messaging) were primarily exchanged within a network / school (98.3% of all pokes were within a network). Scientists [4] argue that friendship ties require little effort or investment to maintain, while messaging with geographically distant friends is used to build social capital. Social capital is known to mean social connections that can serve as a source of benefits. Social capital is a manifestation of socio-cultural conditions, it is a group resource and cannot be measured on an individual level. Thus, social networks are an effective modern tool for building networks and in general represent a micromodel of functioning of society, where various social groups are represented, there is a group dynamics and there are other social processes under study, such as migration, marginalization, inequality, etc.

In support of the opinion that social networks are characterized by the same characteristics as a real non-virtual society can be cited the data by Lampe, C., Ellison, N. and Steinfield that social networking sites like Facebook may also serve a surveillance function, allowing users to "track the actions, beliefs and interests of the larger groups to which they belong" [7, P.167]. The surveillance and «social search» functions of Facebook may, in part, explain why so many Facebook users leave their privacy settings relatively open.

These needs for watching others have made various television reality shows so popular, now this function is accessible to anyone in the social network. The most interesting work that is relevant to our research is the work by

N. A. Joinson [6] that investigates the uses of social networking site Facebook, and the gratifications users derive from those uses. The paper was based on two studies. In the first study, 137 users generated words or phrases to describe how they used Facebook, and what they enjoyed about their use. These phrases were coded into 46 items which were completed by 241 Facebook users in Study 2. Factor analysis identified seven unique uses and gratifications: social connection, shared identities, content, social investigation, social network surfing and status updating. User demographics, site visit patterns and the use of privacy settings were associated with different uses and gratifications [6, P. 1027].

Within that research participants were asked to respond to the following 4 questions: 1) What is the first thing that comes to mind when you think about what you enjoy most when using Facebook? 2) What other words describe what you enjoy about using Facebook? 3) Using single, easy-to-understand terms, what do you use Facebook for? 4) What uses of Facebook are most important to you?[6, P. 1029].

The first question, according to the research by A. Joinson, received the following answers: Facebook was used for 1) keeping in touch with friends who are away from home and chatting to people otherwise would have lost contact with; 2) passive contact, social surveillance (virtual people-watching); 3) re-acquiring lost contacts (reconnecting with people I've lost contact with and finding people you haven't seen for a while); 4) communication (being poked, private messages, writing on walls); 5) photographs (tagged in picture, posting pictures, sharing pictures); 6) design related (ease of use); 7) perpetual contact (seeing what people have put as their "status", the continuous updates, seeing what friends have been up to today); 8) making new contacts (talking to singles, getting new friends, joining groups) [6, P. 1029].

That is, from the user's point of view, the use of the Facebook network performs communication tasks (communication, communion, contacts, self presentation and social observation). At the same time, we know that the main motive for using the networks is pleasure. There is a logical question about what combines communication with pleasure. There are several options. First, network communication performs an important function of compensation (makes it possible to realize the need for communication when it is impossible to realize it offline), provides communication in comfortable conditions for people, is easy to realize and provides ease and accessibility of contacts, minimizes negative communication factors (easier to avoid conflict or communication with those whom you do not like). Secondly, if we draw an analogy between food and information, because information is the same food, but not on the physical but intellectual and social level, then the ease, the variety, the accessibility of the various information causes the effect of satisfaction.

For a deeper study of the nature of the use and enjoyment of Facebook, there was conducted a factor analysis of the variables obtained when receiving answers to questions 1–4:

First factor contains items predominantly concerned with "keeping in touch", also "surveillance" and maintenance of "weak ties".

The second factor is comprised of three items related to the joining of groups, organization of events and meeting of "like-minded people". It seems to represent a "shared identities" function.

The third factor is related to the posting and viewing of photographs.

Factor four contains items related to content within Facebook – for instance, applications and quizzes.

Factor five contains items akin to both social searching and social browsing identified by Lampe C. The items comprising this factor cover both the use of Facebook to meet or view new people and to find out more about people who are met offline.

Factor six comprises items related to a unique affordance of social networking sites – the ability to view other people's social networks and friends. This ability to find out more about one's acquaintances through

their social networks forms another important surveillance function, and may also be a method for increasing the size of one's own social network. This specific use is termed 'Social network surfing' here to signify the ability of users to move from one person to another via friend links, although it may also relate closely to a 'process gratification'

Factor seven comprises items related to the newsfeed and status updates within Facebook [6, description of 7 factors are on P. 1030–1034]. The factors presented by A. Joinson give an idea of the reasons for the use of Facebook users, based on the causes of the use and associations with the network, but these motives reflect the functionality of Facebook, instead they do not take into account internal drivers of the users. However, we are inclined to believe that the motives behind the use of the network are the intrinsic characteristics of the individual, namely interests and hobbies.

Let us turn to the study of the Ukrainian Facebook segment.

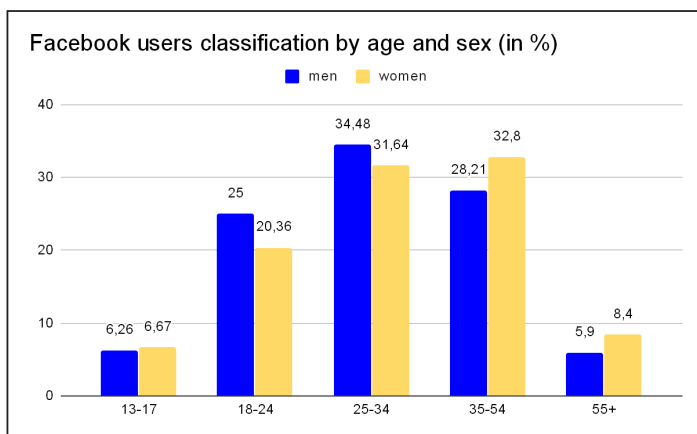


Figure 1. Facebook users age and gender breakdown (%)
(compiled by authors)

Describing the distribution of users by age and gender (the source is the data available to advertisers <https://www.facebook.com/advertising/>), it should be noted that the age groups 25–34 years (33.33%), 35–54 years (32.05%) and 18–24 years (21.79%) are prevailing among the male audience, groups of 55+ (8.71%) and 13–17 years (4.1%) are quite small. Among the female audience, the age distribution is similar: women of 35–54 years old (35.27%), 25–34 years old (29.55%) and 18–24 years old (18.11%) are prevailing, but the 55+ group is larger compared with a male audience (12.39%).

The data shows that the structure of the users is similar to the structure of the population of Ukraine (i.e. it contains all age groups, and it is not

the youth network), and therefore suitable for promoting products with a diverse target audience.

It necessary to note the rapid growth of the Ukrainian Facebook segment: by October 2019, according to the data available to advertisers (<https://www.facebook.com/advertising/>), it is 17.4 million users (7.5 million of them are men and 9.9 million are women). In general, this is in line with the data of international studies that most social network users are women. Compared to 4.5 million users in the whole of Ukraine in October 2015 [1], this increase in audience for 4 years was mainly caused by the ban of the Vkontakte network (which in 2015 was the largest network in Ukraine).

Another difference of the audience compared to 2015: Facebook ceased to be a network of large cities (in 2015 the majority of the audience – 54% resided in big Ukrainian cities: Kyiv, Odessa, Lviv, Kharkiv, Dnipro) [1]. Now the situation has changed: the number of users in the city of Kiev is 2.9 million, in the Kiev region – 810 thousand, in the city of Kharkiv – 900 thousand, in the Kharkiv region – 990 thousand, in the city of Dnipro – 800 thousand. in the Dnipropetrovsk region – 1.3 million, in the city of Odessa – 920 thousand, in the Odessa region – 1 million, in the city of Lviv – 760 thousand, in the Lviv region – 1.1 million.

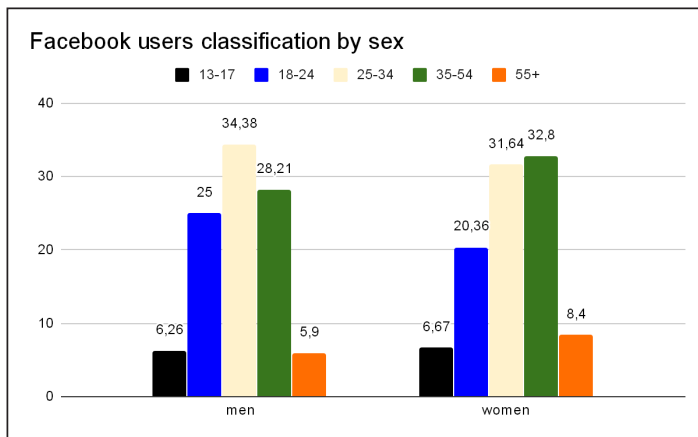


Figure 2. Distribution of Facebook users in groups of men and women (in %) (compiled by authors)

If we compare the age distribution of Facebook users in the men and women groups, we will see that the most common age group in the male audience is 25–34 years, while among women 35–54 years, the difference between the 55+ age group is significant. and women – 8.71% and 12.39% respectively. That is, the female Facebook audience is older than the male

audience, perhaps this can be explained by the difference in the average life expectancy of men and women, and the greater involvement of older women (35 years) in social networks. The answer to the question is why older women's involvement rate is higher than that of men, may be given by the study of motives of the use of social networks by users.

In this work, the authors proceeded from the fact that motives (the driving force for the use of the social network) are related to hobbies and interests, because they are the ones that push us to certain types of activities. The Facebook network algorithm allows it to define the enthusiasm and interests of the users with the purpose to show them relevant content, which is then used to target the advertising audience. The data available to network advertisers allows you to see the reach (number of potential audience) by different interests and hobbies, and by gender. We converted the absolute values obtained by interest and gender into relative ones (relative to 7.5 million male and 9.9 million female audiences) and received % of men and women by each type of interest (see Figure 3).

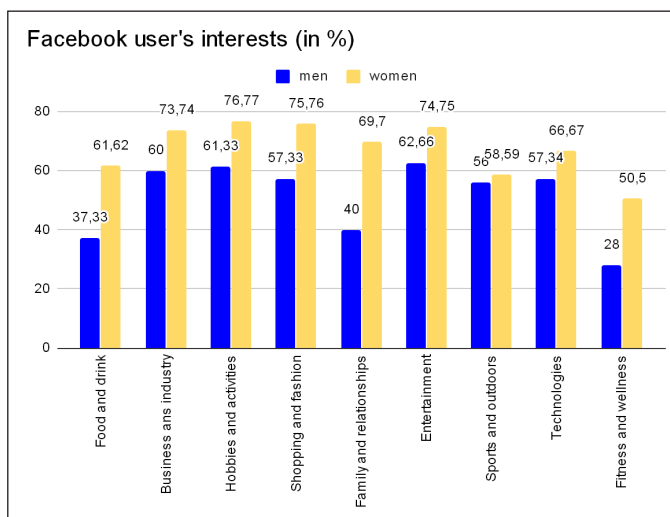


Figure 3. Prevalence of Facebook users' interests in male and female audiences (%) (compiled by authors)

A meaningful analysis of the provided list of users' hobbies and interests of the users allows us to distinguish certain factors-motives that motivate the use of the Facebook network: hedonistic (combines groups of interests "food and drink", "shopping and fashion", "entertainment"); social ("family and relationships", "hobbies and activities"); active ("fitness and

wellness”, “sports and outdoors”) and professional (“business and industry”, “technologies”).

Let’s consider the difference in the prevalence of these motives among male and female audiences. Hedonistic motive is the most common in both audiences, but for the men the core of the motive is “entertainment” (the most common hobby in a male audience), instead for women “shopping and fashion” and “entertainment”.

The social motive for using social networks is quite common, but it is more important for women (“hobbies and activities” is the most common interest in a female audience) than men. The biggest difference between male and female audiences is seen in the interest “family and relationships” (one of the least common among the men).

The active motive for using social networks is less common compared to hedonistic and social motives; the popularity for both sexes is the interest of “sports and recreation”, while “fitness and health” is more common among the female audience, although for both sexes this is the least common interest.

The professional motive for using social networks is quite common in both male and female audiences. That is, we are seeing changes in traditional gender roles: the interests of “business and industry” and “technology” have ceased to be predominantly male hobbies. It is early to say that the boundaries between gender roles are blurred, gender differences are present, but there is a tendency to blur the boundaries.

The motives distinguished on the basis of interests of users may underlie the functional factors highlighted by A. N. Joinson: social connection, shared identities, content, social investigation, social network surfing and status updating [6].

Thus users derive a variety of uses and gratifications from social networking sites, including traditional content gratification (based on their interests and needs) alongside building social capital, communication, surveillance and social networking surfing. “The different uses and gratifications relate differentially to patterns of usage, with social connection gratifications tending to lead to increased frequency of use, and content gratifications to increased time spent on the site. The variety of uses to which Facebook is put by its users identifies particular challenges for the designers of such sites. For instance, a default privacy setting may be too restrictive for users seeking to meet new people, or who wish to allow new people to discover them” [6, P. 1034].

Based on the analysis of the prevalence of motives for using the social network Facebook, you can provide some recommendations for marketers to promote various product groups in the network. Given that the main motive for using the network is the hedonistic motive, the promotion of entertainment services is the most sought after product today and should be targeted at both male and female audiences.

While promoting FMCG Group products (food, drinks, shopping and fashion), you should not exclude a male audience when targeting, but the

recommended ratio will be $\frac{1}{3}$ ($\frac{2}{3}$ advertising budget should be focused on advertising and attracting female audiences), which is a general recommendation for products designed for men and women.

While promoting sports and leisure products, it is advisable to target a 50/50 male / female audience, but instead the “fitness and health” category should follow the male $\frac{1}{3}$ targeting principle.

Given the importance of professional motives for both male and female audiences, you should target your audience 50/50 when promoting the products of categories “business”, “industry”, “technology”. This dependency will remain in the audience’s interest in the content of the issue.

These differences in the prevalence of social motive will be a clue to the formation of content and emphasis on values in the process of audience engagement: content dedicated to children and hobbies, hobbies will be interesting to both sexes (but the greatest need for such content still exists among women), but the content about relationships and family will be interesting for only 40% of men and 70% of women.

Thus, further study of the audience of the Ukrainian segment of the social network Facebook was done, which gives grounds for highlighting the motives for using social networks (hedonistic, social, active, professional) based on the analysis of the hobbies and interests of users, which allowed us to offer recommendations for marketers on promotion of various groups of products online.

In the nearest future, it would be interesting to keep track of the dynamics of the spread of interests in female and male audiences, which capture the change of social roles in society. A comparative analysis of the use of the Facebook social network and other social networks would answer questions about the popularity of these networks and the decision-making process as to their selection.

References

1. Белікова Ю.В. Гендерна специфіка соціальних мереж в Україні як основа для СММ. *Маркетинг в Україні*. 2015. №5. С. 16–21.
2. Онлайн медіа та соціальні мережі перехопили лідерство у телебачення за популярністю в Україні. URL: https://internews.in.ua/uk/news/onlajn-media-ta-sotsialni-merezhi-perehopily-liderstvo-u-telebachennya-za-populyarnistyu-v-ukrajini-nove-opytuvannya-usaid-internews-schodo-spozhyvannya-zmi/?fbclid=IwAR3w9NXp19yuxGXAz108eYzODC2sisls6_NlhQ-jpGcKQA8EAyIN7WL2Jes (дата звернення 23.10.2019).
3. Рейтинг популярних сайтів за вересень 2019 URL: <https://tns-ua.com/news/reyting-populyarnih-saytiv-za-veresen-2019> (дата звернення 15.10.2019).
4. Golder S. A., Wilkinson D. and Huberman B.A. Rhythms of Social Interaction: Messaging within a Massive Online Network 3rd International Conference on Communities and Technologies, (2007).
5. Heinonen, Kristina. Consumer activity in social media: Managerial approaches to consumers’ social media behavior. *Journal of Consumer Behaviour* .2011. P. 356–364.
6. Joinson A. N. ‘Looking at’, ‘Looking up’ or ‘Keeping up with’ people? Motives and uses of Facebook/ A.N. Joinson. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM. 2008. P.1027–1036.

7. Lampe C., Ellison N. and Steinfield C. A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. In proceedings of ACM Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work, ACM Press (2006). P. 167–170.

8. Lin, Kuan-Yu, Hsi-Peng Lu. Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. Computers in human behavior .2011. P. 1152–1161.

9. Seidman, Gwendolyn. Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. Personality and individual differences. 2013. P. 402–407.

10. Whiting Anita, David Williams. Why people use social media: a uses and gratifications approach. Qualitative Market Research : An International Journal .2013. P. 362–369.

Лисиця Н. М., Бєлікова Ю. В. Мотиви використання соціальних мереж (на прикладі Facebook)

Стаття присвячена вивченню мотивів використання соціальних мереж. Було проаналізовано соціально-демографічні характеристики користувачів соціальної мережі Facebook (її українського сегмента). Розглянуто гетерогенність користувачів соціальної мережі, ґрунтуючись на даних про розповсюдженість їх інтересів, що дозволило ідентифікувати чотири основні мотиви використання соціальної мережі Facebook: гедоністичний, соціальний, активний та професійний, та виділити їх гендерну специфіку.

Розглянуто різницю в поширеності цих мотивів серед чоловічої та жіночої аудиторії. Гедоністичний мотив є найпоширенішим для обох аудиторій, але для чоловіків основною мотиву є «розвага», а для жінок – «шоппінг і мода» та «розвага». Соціальний мотив використання соціальних мереж досить поширений, але він важливіший для жінок, ніж чоловіків. Найбільша різниця між чоловічою та жіночою аудиторією спостерігається у інтересах до «сім'ї та тасунків» (однією з найменш поширених серед чоловіків). Активний мотив використання соціальних мереж зустрічається рідше порівняно з гедоністичними та соціальними мотивами; популярність для обох статей викликає інтерес до «спорту та відпочинку», тоді як «фітнес та здоров'я» частіше зустрічаються серед жіночої аудиторії. Професійний мотив використання соціальних мереж досить поширений як серед чоловічої, так і жіночої аудиторії.

За результатами проведеного аналізу запропоновані рекомендації маркетологам щодо просування різних груп продуктів у мережі Facebook. Зважаючи на те, що основним мотивом використання мережі є гедоністичний мотив, просування розважальних послуг є найбільш затребуваним продуктом сьогодні і має бути орієнтованим як на чоловічу, так і на жіночу аудиторію.

Просуваючи товари FMCG Group, ви не повинні виключати чоловічу аудиторію при націлюванні, але рекомендоване співвідношення становитиме 1/3 чоловічої та 2/3 жіночої аудиторії, що є загальною рекомендацією для продуктів, розроблених для чоловіків і жінок. Просуваючи товари для спорту та дозвілля, доцільно орієнтуватися на 50/50 чоловічу / жіночу аудиторію.

Зважаючи на важливість професійних мотивів як для чоловічої, так і для жіночої аудиторії, слід орієнтуватися на свою аудиторію 50/50 під час просування товарів категорій «бізнес», «галузь», «технології». Ця залежність залишається в інтересах аудиторії до змісту впуску.

Відмінності в поширеності соціальних мотивів будуть підказкою до формування змісту та акценту на цінності в процесі залучення аудиторії: зміст, присвячений дітям та захопленням, захоплення будуть цікаві обоим статям.

Ключові слова: соціальні медіа, користувачі Facebook, мотиви, гендер, соціальний медіа маркетинг.

Лисица Н. М., Беликова Ю. В. Мотивы использования социальных сетей (на примере Facebook)

Статья посвящена изучению мотивов использования социальных сетей. Были проанализированы социально-демографические характеристики пользователей социальной сети Facebook (ее украинского сегмента). Рассмотрены гетерогенность пользователей социальной сети основываясь на данных о распространности их интересов, что позволило идентифицировать четыре основных мотива использования социальной сети Facebook: гедонистический, социальный, активный и профессиональный и выделить их гендерную специфику.

Различия в распространности этих мотивов среди мужской и женской аудитории были рассмотрены. Гедонистический мотив является наиболее распространенным в обеих аудиториях, но для мужчин ядро мотивов – «развлечения», а для женщин – «шопинг и мода» и «развлечения». Социальный мотив использования социальных сетей довольно распространен, но он важнее для женщин, чем для мужчин. Наибольшая разница между мужской и женской аудиторией проявляется в интересе «семья и отношения» (один из наименее распространенных среди мужчин). Активный мотив использования социальных сетей встречается реже по сравнению с гедонистическими и социальными мотивами; популярность для обоих полов вызывает интерес «спорт и отдых», в то время как «фитнес и здоровье» чаще встречаются среди женской аудитории. Профессиональный мотив использования социальных сетей довольно распространен как для мужской, так и для женской аудитории.

По результатам проведенного анализа предложены рекомендации маркетологам для продвижения различных групп продуктов в сети Facebook. Учитывая, что основным мотивом использования сети является гедонистический мотив, продвижение развлекательных услуг сегодня является наиболее востребованным продуктом и должно быть ориентировано как на мужскую, так и на женскую аудиторию.

При продвижении продуктов FMCG Group не следует исключать мужскую аудиторию при таргетинге, но рекомендуемое соотношение будет составлять от 1/3 мужской до 2/3 женской аудитории, что является общей рекомендацией для продуктов, предназначенных для мужчин и женщин. При продвижении товаров для спорта и отдыха рекомендуется ориентироваться на аудиторию 50/50 мужчин и женщин.

Учитывая важность профессиональных мотивов как для мужской, так и для женской аудитории, вы должны ориентироваться на свою аудиторию 50/50 при продвижении товаров категорий «бизнес», «отрасль», «технология». Эта зависимость останется в интересе аудитории к содержанию вопроса.

Различия в распространности социальных мотивов будут ключом к формированию контента и акценту на ценностях в процессе вовлечения аудитории: контент, посвященный детям и увлечениям, будет интересен обоим полам.

Ключевые слова: социальные медіа, пользователи Facebook, мотивы, гендер, соціальний медіа маркетинг.

УДК 316.356:351.746.1

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.5>

Л. В. КАЛАШНІКОВА

СУСПІЛЬНА ДОВІРА ДО ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ ЯК ЧИННИК БЕЗПЕКИ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

У статті здійснено спробу обґрунтування доцільності доповнення об'єктивних показників соціальної статистики суб'єктивними індикаторами, заснованими на життєвому досвіді окремих індивідів, їх світогляді, системі ціннісних орієнтацій, рівні ситуативного занепокоєння, усвідомленні власної незахищеності. Проаналізовано теоретичні передумови вивчення довіри до соціології як показника інтеграції, відображення досвіду безпечної та стабільної соціальної взаємодії, символічного кредиту для мінімізації ризиків, нейтралізації загроз та забезпечення безпеки життя. Здійснено аналіз результатів наявних у вітчизняній практиці емпіричних досліджень щодо з'ясування оцінних суджень пересічних громадян й самих працівників поліції стосовно ефективності діяльності останніх. Також доведено наявність взаємозв'язку між статистичними даними щодо розвитку злочинності, показниками віктимізації суспільства й індексом довіри населення до правоохоронних органів.

Автор проводить аналіз результатів національних емпіричних соціологічних опитувань, проведених Інститутом соціології НАН України, соціологічною групою «Рейтинг», Центром Разумкова, Харківським інститутом соціальних досліджень у період 1992–2018 рр. Відносна цінність судження простих громадян та працівників міліції щодо ефективності його діяльності. Більшість розглянутих досліджень вимірюють п'ять основних груп соціальних показників: 1) безпека життя (суб'єктивне сприйняття рівнів злочинності, її динаміка, рівень тривожності, особливо страх стати жертвою злочину тощо); 2) оцінка ефективності діяльності правоохоронних органів (суб'єктивне сприйняття успішності виконання своїх конкретних завдань, затвердження роботи); 3) достовірність правоохоронних органів; 4) взаємодія з поліцією; 5) проблеми правозастосування на рівні конкретних громад. Наведений вище список необхідний, але недостатній. Систематизація соціальної інформації привела до висновку, що низький рівень довіри до поліції призводить до високого рівня соціального ізоляціонізму, відсутності бажання брати участь у охороні громадського порядку, пошуку зниклих без вісти, позаштатної співпраці з поліцією тощо. Створення груп дій як наслідок підвищення рівня злочинності, віктимізації суспільства, неможливості безпеки життєдіяльності.

Зіставлення даних в офіційну соціальну статистику про динаміку та регіональні особливості злочину, попередні судимості, результати опитування громадської думки щодо потерпілих компаній, ефективність правоохоронних заходів та довіри населення дозволили говорити про відносини між ними. Таким чином, він запровадив можливість обґрунтувати включення віктимологічних досліджень в Арсенал правоохоронних органів. Загальна тенденція посилення віктимізаційного компонента кримінологічної науки останнім

часом свідчить про те, що інформаційний потенціал соціологічних опитувань громадськості можна активно використовувати для вдосконалення існуючої системи запобігання злочинності, юридичної освіти, юридичної пропаганди, можливості безпеки осіб на всіх рівнях.

Ключові слова: безпека життєдіяльності, довіра, правоохоронні органи, злочинність, віктимізація.

Постановка проблеми. Для оцінки стану та рівня безпеки життєдіяльності соціуму зазвичай використовуються об'єктивні показники, засновані на статистичних даних, з переважанням власне формальних критеріїв. Вони дозволяють вимірювати й здійснювати порівняльний аналіз основних характеристик рівня безпеки, проте не є досконалими, зважаючи на те, що не враховують суб'єктивних складників оцінки рівня небезпек і загроз безпеці особистості. На відміну від об'єктивних, суб'єктивні індикатори передбачають оцінку рівня безпеки життєдіяльності, засновуючись на життєвому досвіді окремих індивідів, їх світогляді, системі ціннісних орієнтацій, рівні ситуативного занепокоєння, усвідомленні власної незахищеності. Одним з таких суб'єктивних показників є рівень довіри до правоохоронних органів, діяльність яких повинна бути спрямована виключно на убезпечення громадської безпеки та правопорядку, відповідати інтересам суспільства, держави, конкретної особистості.

З усіх представників правоохоронних органів поліцейські є «найближчими» до пересічних громадян. Тому й не дивно, що останні роблять висновки про ефективність діяльності правоохоронців саме на основі суб'єктивного досвіду спілкування з поліцією за місцем проживання, у громадських місцях чи на дорогах. Рівень довіри до поліцейських корелює із усіма без винятку показниками соціального самопочуття, адже факти неправомірної діяльності правоохоронців руйнують суспільні уявлення про верховенство права, загрожують безпеці соціуму загалом. Окрім того, існування партнерських відносин між поліцією і соціумом неможливе без прозорості, взаємоповаги, взаємодопомоги у забезпеченні громадського правопорядку, боротьбі зі злочинністю. Тоді як зниження довіри населення до поліції формує відчуття беззахисності, невпевненості у майбутньому, сприяє формуванню позиції громадського ізоляціонізму.

Аналіз наукової літератури. Систематизуючи наявні у соціологічній традиції визначення категорії «довіра» зазначимо, що більшість науковців пов'язують її з соціальною взаємодією, соціальним порядком, комунікативними й інтеракційними процесами. Так, В. Давиденко, Г. Ромашкін вважають, що довіра як сукупність знань, почуттів, настроїв є одночасно процесом і результатом відображення соціальних явищ, які детермінують усвідомлення позитивного / негативного ставлення до них. Вона передбачає три такі компоненти: впевненість у своїй правоті (особливі очікування); впевненість у майбутньому, діях інших; функціональність, зумовлена взаємозв'язком з соціальною практикою [3]. Натомість О. Проневич розглядає довіру

як свого роду емоційне тло для ефективної взаємодії правоохоронних органів з населенням, об'єктивно передумовою формування якого є задоволеність їх діяльністю [10, с. 227].

Мета статті – дослідити феномен суспільної довіри до правоохоронних органів як чинник безпеки життєдіяльності особистості.

Виклад основного матеріалу. О. Панькова зазначає, що у суспільстві довіра є, з одного боку, показником інтеграції, відображенням досвіду безпечної й стабільної соціальної взаємодії, а з іншого – демонстрацією прагнень встановити визначений порядок, інструментом адаптації, символічним кредитом задля мінімізації ризиків, нейтралізації загроз, забезпечення безпеки існування [8]. Подібного роду дуальність забезпечує функціонування макро- і мікросистем через синтез міжособистісної та інституціональної довіри. І якщо міжособистісна довіра – основа соціуму, то інституціональна – необхідна умова функціонування соціальних інституцій, організації, що генерують та дотримуються визначених соціальних норм. Щодо співвідношення рівнів міжособистісної й інституціональної довіри, Г. Ромашкін визначає чотири можливі варіанти: 1) якщо показники обох різновидів довіри приймають значення вище середнього, то суспільство має суттєвий соціальний капітал й владу, що сприяє його збереженню та відтворенню; 2) високий рівень міжособистісної й низький інституціональної довіри є показником того, що суспільство існує автономно від органів влади; 3) високий рівень інституціональної і низький рівень міжособистісної довіри є свідченням повної залежності суспільства від органів влади; 4) низький рівень як міжособистісної, так й інституціональної довіри є ознакою недієздатності влади, соціальна взаємодія некоординована в силу взаємної недовіри людей один до одного [3].

Говорячи про детермінанти довіри, зазначимо, що у наявному розмаїтті теоретичних підходів до вивчення довіри І. Кузіна виділяє інструментальні (інституціональні, раціональні) й нормативні (культурологічні, психологічні) теорії. Перші з них сфокусовані на вивченні громадських оцінок діяльності соціальних інституцій як ситуативних чинників довіри, яка визначається як наслідок, а не причина ефективності діяльності органів влади. Натомість другі – вивчають соціокультурні детермінанти, які безпосередньо не пов'язані з діяльністю органів влади, а походять із ціннісних орієнтацій, норм моралі [6].

У межах емпіричних досліджень науковці вивчають обидві групи чинників. Так, аналізуючи результати соціологічних опитувань населення, В. Гімпельсон, Г. Монусова виділяють три групи факторів, що визначають ставлення людей до поліції, а саме: об'єктивні та суб'єктивні індивідуальні характеристики; характеристики самої поліції та результати її діяльності (рівень злочинності, ступінь централізації, відкритість й доступність суспільству тощо); якість державних інституцій (відкритість влади, здатність відтворювати суспільні блага, масштаби корупції тощо) [2]. У той же час А. Титаренко стверджує, що

довіра до поліції тісно взаємопов'язана з рівнем правового нігілізму, мінімізуючи витрати на утримання громадського порядку за рахунок виконання взаємних функцій та зобов'язань. Кредит довіри до поліції цілковито залежить від виправдання сподівань соціуму [11]. Систематизуючи дані всеукраїнських опитувань громадської думки, А. Бова зауважує, що рівень довіри до поліції статистично корелює з рівнем довіри до інших правоохоронних органів, зокрема прокуратури, податкової інспекції, Верховної Ради України, місцевих органів влади. Окрім того, індекс довіри тісно взаємопов'язаний з інтегральним індексом соціального самопочуття, цинізму, аномічної деморалізації, тривожності, дестабілізації [1].

Зважаючи на накопичений досвід теоретичних та емпіричних досліджень із зазначеної проблематики, **метою статті** є систематизація результатів наявних у вітчизняній практиці емпіричних досліджень щодо з'ясування оцінних суджень пересічних громадян й самих працівників поліції стосовно ефективності діяльності останніх, а також визначення взаємозв'язку між статистичними даними щодо розвитку злочинності, віктимізації й індексу довіри населення до правоохоронних органів.

За час існування незалежної української держави науковці неодноразово здійснювали спроби вимірювання індексу довіри до різних соціальних інституцій, зокрема і правоохоронних органів. Так, з 1992 р. Інститутом соціології НАН України проводяться щорічні загальнонаціональні дослідження. З-поміж низки вимірюваних індикаторів наявний показник довіри до міліції (поліції), числове значення якого (сума позитивних відповідей респондентів) за результатами опитувань 1994–2018 рр. коливалося від 6,5% до 22,8%, максимально знизившись у 2014–2015 рр. (див. табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл відповідей респондентів на запитання «Який рівень Вашої довіри міліції (поліції)?», % від загальної кількості опитаних [14, с. 444]

Рівень довіри / Рік	Зовсім недовіряю	Переважаю не довіряю	Важко сказати, довіряю чи ні	Переважаю довіряю	Цілков довіряю	Не відповіли
1994	27,9	29,2	26,3	10,0	2,8	3,8
1996	34,7	24,7	26,7	10,0	3,8	0
1998	33,3	27,2	26,2	9,2	3,3	0,9
2000	28,6	28,2	30,2	9,8	2,6	0,6
2002	31,2	26,7	28,6	10,6	2,6	0,2
2004	27,9	30,1	27,7	11,4	2,8	0,1

Продовження таблиці 1

Рівень довіри / Рік	Зовсім недовіряю	Переважаю не довіряю	Важко сказати, довіряю чи ні	Переважаю довіряю	Щільком довіряю	Не відповідає
2006	22,6	32,8	30,6	12,4	1,2	0,1
2008	22,8	32,8	30,6	12,4	1,2	0,1
2010	26,3	32,4	27,7	12,4	1,1	0,1
2012	30,9	35,6	24,6	8,0	0,8	0,2
2013	41,1	31,6	19,9	6,3	0,8	0,3
2014	33,4	34,3	25,8	5,7	0,8	0,1
2015	37,6	36,1	19,3	5,9	0,6	0,4
2016	27,7	33,6	26,5	11,4	0,7	0,1
2017	23,4	32,2	21,3	21,9	0,9	0,3
2018	28,6	33,6	25,3	11,4	1,1	–

Середній бал довіри до окремих структурних підрозділів правоохоронних органів протягом 1994–2018 рр. не перевищував 2,5 бали (див. табл. 2). Суміжною до показника довіри є оцінка суб'єкт-об'єктних відносин між пересічними українцями і правоохоронними органами. Визначаючи кому вони повинні служити, чий інтереси відстоювати, більшість українців обрала варіант відповіді – «будь-кому, хто заплатить» (див. табл. 3). Що це, як не засвідчення корумпованості правоохоронців та низького рівня довіри до них з боку громадськості.

Таблиця 2

Середній бал довіри, де 1 – повна недовіра, а 5 – повна довіра) [14, с. 451]

Соціальні організації / Рік	Міліція (поліція)	Прокуратура	Суди	Податкова інспекція
1994	2,3	–	–	–
1996	2,2	–	–	–
1998	2,2	–	–	–
2000	2,3	–	–	–
2002	2,3	2,3	2,3	–
2004	2,4	2,4	2,4	2,3
2006	2,4	2,4	2,4	2,5
2008	2,4	2,4	2,4	2,5
2010	2,3	2,3	2,3	2,4
2012	2,1	2,1	2,1	2,3

Продовження таблиці 2

Соціальні організації / Рік	Міліція (поліція)	Прокуратура	Суди	Податкова інспекція
2013	1,9	2,0	1,9	2,2
2014	2,1	2,0	2,0	2,2
2015	1,9	1,9	1,9	2,0
2016	2,2	2,0	2,0	2,2
2017	2,4	2,0	1,9	–
2018	2,2	2,1	2,0	2,2

Таблиця 3

**Розподіл відповідей респондентів на запитання
«Кому сьогодні в Україні служить ...?» (2013 р.),
% від загальної кількості опитаних [13, с. 453–454]**

Суб'єкти / об'єкти «служіння»	Громадянам України	Керівникам органів влади	Народним депутатам	Президенту України	Будь-кому, хто залягає	Нікому, крім самих себе	Іншим	Важко відповісти	Не відповіли
Прокуратура	4,3	20,3	12,0	19,7	42,5	14,0	0,9	9,1	0,2
Міліція	4,1	20,3	9,7	15,8	49,1	15,4	1,1	7,6	0,4
СБУ	4,8	17,4	10,2	28,3	26,7	13,4	1,4	17,1	0,1
Суди	4,0	14,8	9,1	16,9	55,5	12,1	1,1	8,5	0,3

Соціологічна група «Рейтинг» у грудні 2011 р. провела загальнонаціональне опитування з питань довіри до правоохоронних органів, проблем внутрішньої безпеки та готовності населення до співпраці з міліцією. Отримані результати знову засвідчили наявність низького рівня довіри українців до всіх без винятку правоохоронців (див. табл. 4). Окрім того, іншим фактом, що підтверджує недовіру до міліції, є громадський ізоляціонізм населення. Адже лише 14% опитаних українців визначили свою готовність допомагати працівникам міліції за будь-яких обставин, тоді як абсолютна більшість інформантів (54%) готова на активні дії лише за умови відсутності загрози власному життю чи інтересам близьких [9, с. 41].

Співробітниками Центру Разумкова протягом 2012–2015 рр. проводилося дослідження «Українська міліція очима громадян: оцінки стану, проблеми і перспективи реформування». Аналіз отриманих результатами констатував, що рівень довіри до міліції доволі низький, адже довіряють їй не більше третини опитаних (див. табл. 5). Порівняно більшою довірою громадян користуються правоохоронці місцевого рівня, з якими вони безпосередньо контактують (див. табл. 6).

Таблиця 4

Розподіл відповідей на запитання «Якою мірою, на Ваш погляд, заслуговують на довіру такі правоохоронці та судові органи в Україні?», % від загальної кількості опитаних [9, с. 22]

Рівень довіри / правоохоронний орган	Цілком заслуговує	Не зовсім заслуговує	Важко відповісти	Зовсім не заслуговує
Міліція	10	41	10	40
ДАІ	8	41	14	37
Прокуратура	12	32	23	33
Служба безпеки України	16	25	33	26
Суди	8	34	15	43
Податкова	10	31	28	31
Митниця	10	28	35	27

Таблиця 5

Розподіл відповідей на запитання «Якою мірою Ви довіряєте міліції?», % від загальної кількості опитаних [12, с. 62]

Рівень довіри / місяць, рік	Довіряю	Скоріше довіряю	Скоріше не довіряю	Не довіряю	Важко відповісти
08/2012	3,2	27,0	31,5	31,4	7,0
05/2013	3,2	19,5	30,2	39,8	7,3
07/2013	2,0	16,7	28,3	46,4	6,6
12/2013	3,1	18,9	29,9	40,4	7,8
04/2014	2,5	23,2	38,3	28,4	7,5
05/2014	2,4	21,6	31,1	37,0	7,9
09/2014	4,1	22,0	36,1	30,5	7,4
11/2014	2,0	20,6	45,4	25,1	6,9
12/2014	1,1	15,3	39,1	35,1	9,6
01/2015	2,9	18,5	38,1	30,3	10,2

У період 2016–2018 рр. співробітники соціологічної групи «Рейтинг» провели чотири хвили всеукраїнського муніципального опитування у 24 обласних центрах України. З-поміж низки вимірюваних індикаторів визначалися показники відчуття безпеки у місті, схвалення діяльності правоохоронних органів. Аналіз даних дозволив зробити висновки про те, що почувається у небезпеці після настання темряви у районі свого проживання майже кожен п'ятий опитаний (21,2%). За оцінками судженнями українців до п'ятірки найнебезпечніших міст України входять м. Миколаїв, м. Херсон, м. Северодонецьк,

м. Суми, м. Житомир, натомість відносно безпечним є всі обласні центри Західного регіону, а також м. Харків та м. Вінниця [7, с. 112]. Щодо оцінки діяльності поліції усереднений показник коливався від 3,3 до 2,7 (де 1 – «жахливо», 5 – «відмінно»). Найвищим значення цього індикатору є для жителів м. Маріуполя, м. Вінниці, найнижчим – м. Херсону, м. Чернігова [7, с. 100–101]. З приводу оцінки діяльності судів, органів прокуратури (числове значення усереднених показників коливалося від 1,2 до 0,3, де 0 – «зовсім не схвалюю», 3 – «цілком схвалюю») зазначимо, що найвищою є їх ефективність у м. Маріуполі, натомість найнижчою – м. Ужгороді, м. Северодонецьку [7, с. 175–178].

Таблиця 6

Розподіл відповідей на запитання «Чи довіряєте Ви українській міліції і названим її представникам?», % від загальної кількості опитаних (січень 2015 р.) [12, с. 62]

Представники міліції	Довіряю	Скоріше довіряю	Скоріше не довіряю	Не довіряю	Важко відповісти
Міністр внутрішніх справ	1,3	17,9	36,6	29,7	14,4
Українська міліція в цілому	2,1	21,3	39,4	27,4	9,9
Керівник Вашого обласного управління МВС України	1,6	15,8	35,0	25,4	22,3
Міліція Вашої області	1,7	20,4	36,6	26,3	15,0
Міліція Вашого міста (села, селища)	3,3	24,0	33,6	24,4	14,8
Ваш дільничний інспектор	4,0	24,9	24,8	20,8	25,6

Принципово змінила ситуацію відомча реформа. Підтвердженням тому є проведене протягом листопада-грудня 2018 р. загальнонаціональне опитування громадської думки «Оцінка діяльності Національної поліції», у якому взяло участь 19,5 тис. українців старше 18 років. За отриманими даними було визначено, що найбільше респонденти бояться стати жертвою дорожньо-транспортних пригод (71,9%), крадіжок (62,2%), розбоїв (57,3%), фізичного насильства (55,8%). Третина опитаних (33,7% і 29,5% відповідно) вважають роботу місцевої та національної поліції задовільною. Найнижчими є оцінки ефективності діяльності поліцейських у Київській, Херсонській та Дніпропетровській областях. Досвід безпосереднього спілкування з поліцією протягом останнього року мали 14,3% інформантів. Довіряють сучасній національній поліції 40,4% респонденти, прокуратурі – 11,9%, судовим органам – 10,3%, Службі безпеки України – 18,1%. Готовність допомагати працівникам поліції у будь-якій ситуації

висловили 36,3% українців. Серед основних недоліків у роботі поліції респонденти визначили непрофесіоналізм, корумпованість, бездіяльність, небажання захищати простих людей. Безпосередніми жертвами злочинів протягом останнього року стали 10,2% опитаних. Серед причин неповідомлення жертвами про скоєні злочини в правоохоронні органи стала недовіра до останніх [5].

Узагальнюючи, зазначимо, що більшість проаналізованих досліджень вимірюють п'ять основних груп соціальних показників: 1) безпека життєдіяльності (суб'єктивне сприйняття рівня злочинності, його динаміки; рівень занепокоєння, зокрема страх стати жертвою злочину та ін.); 2) оцінка ефективності діяльності правоохоронних органів (суб'єктивне сприйняття успішності виконання покладених на них конкретних завдань, схвалення роботи); 3) довіра до правоохоронних органів; 4) взаємодія з працівниками поліції; 5) проблеми забезпечення охорони правопорядку на рівні конкретної громади. Зазначений перелік є необхідним, проте недостатнім.

Аналізуючи дані офіційної статистики, спробуємо відстежити взаємозв'язок між об'єктивними показниками динаміки вітчизняного злочинного світу, ефективністю діяльності правоохоронних органів й індексом довіри населення до них. У таблицях нижче коефіцієнт злочинності й судимості визначався як співвідношення кількості зареєстрованих злочинів та засуджених на 100 тис. наявного населення.

Таблиця 7
Статистика злочинності та судимості за 1991–2017 рр. [4]

Статистичні показники / Роки	Чисельність наявного населення, тис. осіб	Всього виявлено злочинів, тис.	Всього засуджено, тис. осіб	Коефіцієнт злочинності	Коефіцієнт судимості
1991	51944,4	405,516	108,553	780,7	209,0
1992	52056,6	480,478	115,260	923,0	221,4
1993	52244,1	539,299	152,878	1032,3	292,6
1994	52114,4	572,147	174,959	1097,9	335,7
1995	51728,4	641,860	212,915	1240,8	411,6
1996	51297,1	617,262	242,124	1203,3	472,0
1997	50818,4	589,208	237,790	1159,4	467,9
1998	50370,8	575,982	232,598	1143,5	461,8
1999	49918,1	558,716	222,239	1119,3	445,2
2000	49429,8	567,795	230,903	1148,7	467,1

Продовження таблиці 7

2001	48923,2	514,597	202,609	1051,8	414,1
2002	48457,1	460,389	194,212	950,1	400,8
Статистичні показники / Роки	Чисельність наявного населення, тис. осіб	Всього виявлено злочинів, тис.	Всього засуджено, тис. осіб	Коефіцієнт злочинності	Коефіцієнт судимості
2003	48003,5	566,350	201,081	1179,8	418,9
2004	47622,4	527,812	204,794	1108,3	430
2005	47280,8	491,754	176,934	1040,1	374,2
2006	46929,5	428,149	160,865	912,3	342,8
2007	46646,0	408,170	152,772	875,0	327,5
2008	46372,7	390,162	146,858	841,4	316,7
2009	46143,7	439,459	146,383	952,4	317,2
2010	45962,9	505,371	168,774	1099,5	367,2
2011	45778,5	520,218	154,356	1136,4	337,2
2012	45633,6	447,1474	162,881	979,9	356,9
2013	45553,0	563,560	122,973	1237,2	270,0
2014	45426,2	529,139	102,170	1164,8	224,9
2015	42929,3	565,182	94,798	1316,5	220,8
2016	42760,5	592,604	76,217	1385,9	178,2
2017	42584,5	523,911	76,804	1230,3	180,4

Аналіз представлених даних засвідчує стрімке зростання кількості злочинів на душу населення та зниження рівня судимості протягом останніх років (див. табл. 7). На рейтингу за рівнем злочинності на душу населення перші сходинки посідають м. Київ, Запорізька, Кіровоградська, Полтавська, Херсонська, Київська, Миколаївська області. Суттєво нижчими є значення коефіцієнтів злочинності в областях Закарпатського регіону (див. табл. 8). Як бачимо, ці дані корелюють з результатами опитувань громадської думки щодо віктимності населення окремих областей, низької оцінки ефективності діяльності та недовіри до правоохоронних органів.

До сьогодні у системі вітчизняних правоохоронних закладів існує «гонитва» за позитивними показниками. Тому навіть в умовах погіршення криміногенної ситуації вони звітують про відносно стабільний відсоток розкриття справ, що суперечить реальності. У цьому сенсі відверті побоювання негативної оцінки з боку громадськості цілком виправдані, оскільки останні більше відповідають дійсності.

Таблиця 8

Статистика злочинності у розрізі областей за 2017 р. [4]

Область / Статистичні показники злочинності	Чисельність наваного населення, тис. осіб	Всього виявлено злочинів, тис.	Всього засуджено, тис. осіб	Кількість осіб, притягнутих до адміністративної відповідальності, тис. осіб	Коефіцієнт злочинності	Коефіцієнт судимості
Вінницька	1590,4	14,325	4,865	3,562	900,7	305,9
Волинська	1041,0	10,834	2,465	1,848	1040,7	236,8
Дніпропетровська	3230,4	44,343	11,455	8,416	1372,7	354,6
Донецька	4244,0	26,091	7,960	5,528	614,8	187,6
Житомирська	1240,5	14,836	4,201	2,579	1196	338,7
Закарпатська	1258,8	11,183	3,164	1,660	888,4	251,4
Запорізька	1739,5	31,944	6,394	4,029	1836,4	367,6
Івано-Франківська	1379,9	8,244	2,475	1,502	597,4	179,4
Київська	1734,5	25,720	5,915	3,258	1482,8	341
м. Київ	2925,8	70,662	7,357	3,805	2415,1	251,5
Кіровоградська	965,7	16,711	3,558	2,650	1730,5	368,4
Луганська	2195,3	11,363	3,870	2,667	517,6	176,3
Львівська	2534,0	27,526	5,743	3,609	1086,3	226,6
Миколаївська	1150,1	16,798	4,133	2,437	1460,6	359,4
Одеська	2386,5	32,576	5,529	3,534	1365	231,7
Полтавська	1426,8	22,676	5,290	4,257	1589,3	370,8
Рівненська	1162,7	11,413	2,991	2,075	981,6	257,2
Сумська	1104,5	12,450	4,140	2,739	1127,2	374,8
Тернопільська	1059,2	7,627	2,424	1,088	720,1	228,9
Харківська	2701,2	34,986	8,194	5,701	1295,2	303,3
Херсонська	1055,6	16,760	4,278	2,266	1587,7	405,3
Хмельницька	1285,3	11,644	3,050	2,102	905,9	237,3
Черкаська	1231,2	17,756	3,282	1,768	1442,2	266,6
Чернівецька	908,1	9,213	2,109	1,520	1014,5	232,2
Чернігівська	1033,4	14,932	2,872	2,204	1444,9	277,9

Висновки. Українське суспільство сьогодні функціонує в умовах страху й незахищеності, детермінованих передусім тотальною недовірою до формальних соціальних структур. Простежується дифузія рівня громадської недовіри до правоохоронних органів й можливості

убезпечення безпеки життєдіяльності конкретної особистості, коли недовіра посилює загрози. Визначення рівня довіри передбачає з'ясування меж соціального простору з мінімальним рівнем невизначеності. У цьому сенсі під довірою слід розуміти очікування щодо бажаного кінцевого результату соціальної взаємодії, оцінку наслідків, а також соціальні приписи, ролі, що висуваються для всіх учасників. Інституціональна довіра – основа соціуму, де функціонують соціальні організації, які генерують та дотримуються соціальних норм. Провідною соціальною функцією довіри є легімізація соціального порядку. В емпіричному вимірюванні довіра визначається з огляду на суб'єктивний досвід громадян, а також з того, наскільки ресурс довіри здатен забезпечити досягнення індивідуальних цілей й стабільності у контексті тривалої групової взаємодії. Низький рівень довіри до поліції призводить до високого рівня громадського ізоляціонізму, відсутності бажання брати участь в охороні громадського правопорядку, пошуку безвісті зниклих осіб, позаштатній співпраці з поліцейськими, створенні ініціативних груп, як наслідок – зростання рівня злочинності, віктимізації суспільства, неможливості забезпечення безпеки життєдіяльності. Наявні прогалини у правовому й недоліки в організаційному забезпеченні не дозволяють повною мірою включити віктимологічні соціологічні дослідження до арсеналу правоохоронної діяльності. Загальна тенденція посилення віктимологічного складника кримінологічної науки, яка спостерігається останнім часом, свідчить про те, що інформаційний потенціал соціологічних опитувань громадськості може бути активно застосований для вдосконалення існуючої системи профілактики злочинів, правового виховання, правової пропаганди, можливості забезпечення безпеки особистості на всіх рівнях.

Список використаної літератури

1. Бова А.А. Проблема довіри населення України до міліції (соціологічний аналіз). *Молода нація. Альманах*. 1999. Вип. 6. С. 101–117.
2. Гимпельсон В.Е., Монусова Г.А. Доверие полиции: межстрановой анализ. *Вопросы экономики*. 2012. № 11. С. 24–47.
3. Давиденко В., Ромашкин Г. Системное доверие как фундаментальное условие формирования и развития общества. Научный потенциал регионов на службу модернизации. Астрахань : АИСИ, 2011. С. 166–172.
4. Державний комітет статистики України: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Кобзін Д., Щербань С., Коренева К., Черноусов А. Оцінка діяльності Національної поліції України за допомогою опитування громадської думки (національний звіт). Харків, Харківський інститут соціальних досліджень (ХІСД). 2019. 52 с.
6. Кузина І.І. Факторы доверия политическим институтам: теоретические подходы и индикаторы. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. 2014. Вип. 32. С. 70–75.

7. Четверте всеукраїнське муніципальне опитування (20 січня – 10 лютого 2018). – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/municipal_survey_2018_final_ua.pdf.

8. Панькова О. Доверие как основа формирования социального капитала в контексте развития человеческого потенциала Украины. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2012. Вип. 16. С. 101–109.

9. Правоохоронні органи України: довіра та оцінки населення, проблеми внутрішньої безпеки та готовність до співпраці (січень – 2012). URL: http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_life_safety_012012.3.pdf.

10. Проневич О.С. Довіра населення як критерій оцінювання ефективності діяльності правоохоронних органів. *Форум права*. 2015. № 4. С. 225–231.

11. Титаренко А.П. Общественное доверие к полиции как фактор, способствующий индивидуальной профилактической работе с гражданами. *Вестник Томского государственного университета*. 2015. № 393. С. 167–170.

12. Українська міліція очима громадян: оцінки стану, проблеми і перспективи реформування. *Національна безпека і оборона*. 2015. № 2-3(151-152). С. 58–95.

13. Українське суспільство 1992-2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. д. е. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. Київ : Інститут соціології НАН України, 2013. 566 с.

14. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Випуск 6 (20) / За ред. д. е. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. Київ : Інститут соціології НАН України, 2018. 526 с.

Калашникова Л. В. Общественное доверие к правоохранительным органам как фактор безопасности жизнедеятельности личности

В статье предпринята попытка обоснования целесообразности дополнения объективных показателей социальной статистики субъективными индикаторами, основанными на жизненном опыте отдельных индивидов, их мировоззрении, системе ценностных ориентаций, уровне ситуативного беспокойства, осознании собственной незащищенности. Анализируются теоретические предпосылки для изучения доверия к социологии как индикатора интеграции, демонстрации опыта безопасного и стабильного социального взаимодействия, символического кредита для минимизации рисков, нейтрализации угроз и обеспечения безопасности жизни. Автором осуществлен анализ результатов отечественных эмпирических социологических исследований, посвященных изучению оценочных суждений рядовых граждан и самих сотрудников полиции об эффективности деятельности последних. Также доказано существование взаимосвязи между статистическими данными относительно развития преступности, показателями виктимизации общества и индексом доверия населения к правоохранительным органам.

Автор проводит анализ результатов общенациональных эмпирических социологических опросов, проведенных Институтом социологии НАН Украины, социологической группой «Рейтинг», Центром Разумкова, Харьковским институтом социальных исследований за период 1992–2018 гг., суждения рядовых граждан и сотрудников милиции об эффективности его деятельности. В большинстве рассмотренных исследований измеряются пять основных групп социальных показателей: 1) безопасность жизни (субъективное

восприятие уровней преступности, ее динамика, уровень тревоги, особенно страх стать жертвой преступления и так далее); 2) оценка эффективности деятельности правоохранительных органов (субъективное восприятие успешности выполнения своих конкретных задач, утверждение работы); 3) авторитет правоохранительных органов; 4) взаимодействие с полицией; 5) проблемы правоприменения на уровне конкретных сообществ. Приведенный выше список является необходимым, но недостаточным. Систематизация социальной информации привела к выводу, что низкий уровень доверия к полиции ведет к высокому уровню социального изоляционизма, отсутствию желания участвовать в защите общественного порядка, поиске пропавших без вести, внештатном сотрудничестве с полицией, создании инициативных групп как следствие повышения уровня преступности, виктимизации общества, невозможности обеспечения безопасности жизни.

Отображение данных в официальной социальной статистике о динамике и региональных особенностях преступности, предъюдущих судимостях, с результатами опросов общественного мнения о потерпевших компаниях, эффективности правоохранительной деятельности и доверия населения позволило говорить об отношениях между ними. Таким образом, появилась возможность обосновать включение виктимологических исследований в арсенал правоохранительных органов. Общая тенденция усиления виктимизации компонента криминологической науки в последнее время свидетельствует о том, что информационный потенциал социологических опросов населения может быть активно использован для совершенствования существующей системы предупреждения преступности, правового воспитания, правовой пропаганды, возможности обеспечения безопасности личности на всех уровнях.

Ключевые слова: безопасность жизнедеятельности, доверие, правоохранительные органы, преступность, виктимизация.

Kalashnikova L. Public trust in law enforcement agencies as a factor in the safety of a person's life

The article attempts to validate the usefulness of supplementing objective indicators of social statistics subjective indicators, based on the life experiences of individuals, their worldview, the system of value orientations, the level of situational anxiety, sense of insecurity. The theoretical prerequisites for studying trust in sociology as an indicator of integration, displaying the experience of safe and stable social interaction, symbolic credit to minimize risks, neutralize threats, and ensure life safety are analyzed. The author conducts an analysis of the results of national empirical sociological surveys conducted by the Institute of sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, sociological group "Rating", Razumkov Center, Kharkiv Institute for social research in the period 1992–2018 relative value judgments of ordinary citizens and the police officers about the effectiveness of its activities. The majority of the reviewed studies measure five major groups of social indicators: 1) life safety (the subjective perception of levels of crime, its dynamics, level of anxiety, particularly fear of becoming a victim of crime, etc.) 2) evaluation of efficiency of activity of law enforcement bodies (the subjective perception of the success of fulfilling their specific tasks, job approval) 3) the credibility of law enforcement agencies; 4) interaction with police; 5) problems of law enforcement at the level of specific communities. The above list is a necessary, but insufficient. Systematization of social information have led to the conclusion that a low level of confidence in the police leads to a high level of social isolationism, lack of desire to

participate in the protection of public order, search for missing persons, freelance cooperation with the police, the establishment of action groups as a consequence of rising levels of crime, victimization of society, the impossibility of life safety.

The mapping of the data into official social statistics about the dynamics and regional features of the crime, previous convictions, with the results of public opinion polls on the victimized companies, the effectiveness of law enforcement activities and trust of the population allowed to talk about the relationship between them. Thus, it introduced the ability to justify the inclusion of victimological research in the Arsenal of law enforcement. The overall trend of increasing victimization component of the criminological science in recent time suggests that the information potential of sociological surveys of the public can be actively used to improve the existing system of crime prevention, legal education, legal propaganda, the possibility of security of individuals at all levels.

Key words: *life safety, trust, law enforcement agencies, crime, victimization.*

УДК 314.16

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.6>

І. О. МАРТИНЮК, Н. І. СОБОЛЕВА

АГЕНТИ СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУЖЕНОСТІ В СОЦІОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

У статті обґрунтовується актуальність з'ясування для сучасного етапу суспільного життя українського суспільства закономірностей процесів виникнення і динаміки соціальної напруженості, причин і наслідків відхилень її рівня від «нормальних значень», того, яким чином акумулюється енергія емоційно-психологічних станів соціального суб'єкта, впливаючи на ступінь соціальної стабільності, як запобігти деструктивним проявам порушення сформованого соціального порядку. На підставі даних моніторингу громадської думки, що проводиться Інститутом соціології НАН України з 1992 р., доведено, що основним чинником, об'єднуючим переважну частину респондентів у її оцінках стану справ і міри напруженості, є протестна налаштованість, яка своєю чергою ґрунтується на невдоволенні як власними умовами життя, так і внутрішньою та зовнішньою політикою, тотальної недовірі політичним партіям.

Напруженість є складним, поліморфним і багатонасиченим феноменом соціальної дійсності. Природа чинників, що її створюють, є різноплановою, і тим паче різноманітними є, власне, самі чинники, зокрема їх конфігурації, що призводять до того чи іншого стану напруженості. Однак спільною рисою різних видів напруженості, незалежно від форм її прояву, етапів, стадій існування, є існування певних суб'єктів (акторів, агентів), із чийми інтересами, потребами, цілями та діями пов'язується певний стан напруженості.

Дослідження свідчить про існування великого спектру проблем і наявність цілої групи соціальних агентів, що мають порівняно слабкий зв'язок зі станом напруженості, який, проте, за нагоди може розгорнутися в досить масштабні соціальні дії, переводячи стан соціальної напруженості у стан соціального конфлікту під впливом навіть випадкового емоційно яскраво забарвленого чинника.

Ключові слова: соціальна напруженість, агенти соціальної напруженості, причини соціальної напруженості.

Вельми актуальним для сучасного етапу суспільного життя українського суспільства є з'ясування закономірностей процесів виникнення і динаміки соціальної напруженості, причин і наслідків відхилень її рівня від «нормальних значень», того, яким чином акумулюється енергія емоційно-психологічних станів соціального суб'єкта (суспільства в цілому, окремих соціальних груп), впливаючи на ступінь соціальної стабільності, як запобігти деструктивним проявам порушення сформованого соціального порядку.

«Особливість нинішнього стану українського суспільства полягає в тому, що жодна інституціональна система не може взяти на себе роль

гаранта керованості і стійкості всієї соціальної системи, що свідчить про назрівання кризи державності. Говорячи про соціальну напруженість, маємо на увазі, що йдеться про соціальне явище, що відображає стан соціальних відносин, а не просто фіксації певного протистояння тих чи інших соціальних суб'єктів в період кризового розвитку суспільства» [1].

Напруженість є складним, поліморфним і багатоаспектним феноменом соціальної дійсності. Природа чинників, що її створюють, є різноплановою, і тим паче різноманітними є, власне, самі чинники, зокрема їх конфігурації, що призводять до того чи іншого стану напруженості. Однак спільною рисою різних видів напруженості, незалежно від форм її прояву, етапів, стадій існування, є існування певних суб'єктів (акторів, агентів), із чийми інтересами, потребами, цілями та діями пов'язується певний стан напруженості.

У моніторингу 2017 року, проведеному Інститутом соціології НАН України, в анкеті якого було закладено можливість більш-менш системно вивчити стан та причини напруженості в сучасному українському суспільстві, з'ясуванню проблеми, які саме соціальні агенти своїми діями чи бездіяльністю зумовили високу оцінку стану соціальної напруженості, слугувало запитання: «Хто, на Вашу думку, своїми діями (бездіяльністю) найбільше впливає на погіршення ситуації в нашій країні?»

Серед альтернатив, запропонованих в якості відповідей, представлене широке коло різноманітних соціальних акторів – міжнародних (лідери, країн Заходу, керівники Російської Федерації, міжнародні організації – МВФ, Всесвітній банк, Міжнародні благодійні фонди – «Відродження», Макартурів тощо), державно-інституційних (нинішні очільники держави (Президент, Уряд, Верховна рада), судді, співробітники правоохоронних органів (поліції, прокуратури), політичні (політики, радикали, сепаратисти), соціальні групи (інтелігенція, олігархи, пасивна більшість населення) впливові соціально-професійні групи (журналісти, блогери, релігійні діячі), криміналітет.

Цей перелік, як і будь-який перелік, є неповним. На жаль, обмеженість обсягу опитувальника не дозволила включити такі альтернативи, як «волонтери» або «органи місцевої влади». Однак отримані відповіді свідчать, що перелік запропонованих альтернатив був досить вичерпним: якийсь інший варіант відповіді запропонували лише 0,4% опитаних. Показовими є ще три кількісні результати: не відповіли на запитання всього 0,1% респондентів, відповіли непевним чином – 4,3%, вважають, що ніхто конкретно не винен, так склалися обставини 2%. Перший показник вказує на зрозумілість формулювання запитання, а також високу якість проведення польового етапу дослідження, бо отриманий майже стовідсотковий результат свідчить як про високий професіоналізм інтерв'юєрів, так і про сумнінність респондентів. Другий показник відображає, на наш погляд, певність, усталеність

громадської думки щодо даної проблеми, коли лише кожен двадцять п'ятий опитуваний виявився не в змозі визначитися з власною opinією. Третій показник підтверджує наше теоретичне припущення щодо того, що погіршення стану справ і виникнення відповідної напруженості не буває без конкретних винуватців, тобто можливість безсуб'єктного виникнення напруженості припускає лише мізерна частка опитаних – тільки два відсотки. Загалом ці дані засвідчують, що громадська думка населення України визначилася (поза тим, вірною чи неправильною, справедливою чи несправедливою, істинною чи помилковою є така оцінка) щодо соціальних агентів, чий дії чи, навпаки, бездіяльність є причиною погіршення стану справ в країні, принаймні з погляду учасників опитування.

За даними опитування, фактично позбавляються від відповідальності за погіршення ситуації в нашій країні інтелігенція (відмітив 1% опитаних) та релігійні діячі (2,1%), журналісти та блогери (3,6%). Хоча і ті, й ті представляють сферу духовного виробництва, мають високий рівень освіти й, здавалося б, мусили б очоловати пошук шляхів до покращення становища. Однак громадська думка, схоже, оперує іншими, більш прагматичними уявленнями про важелі, здатні змінити ситуацію так би мовити в режимі он-лайн. Тому віддалені перспективи, у яких виховний вплив з боку зазначених категорій міг би відігравати значущу роль, рішуче знімаються з шальок історичних терезів.

Не вбачають суттєвого впливу на погіршення ситуації респонденти і з боку лідерів країн Заходу (надають негативного значення їх зусиллям щодо врегулювання наших внутрішніх проблем лише 7% учасників опитування). Імовірно, що згадані 7 відсотків – це лише данина пропагандистським зусиллям частини ЗМІ розглядати ситуацію в Україні як наслідок змови великих політичних гравців, відгомін конспірологічних теорій радянських часів про «довгі руки Заходу», що прагнуть маніпулювати станом справ задля якихось стратегічних зисків. Так чи інакше, вважаємо за можливе знехтувати цією думкою як неістотною для подальшого розвитку українського суспільства.

Більшість запропонованих до оцінки соціальних агентів так само характеризуються, на думку респондентів, незначущістю впливу; за даними моніторингу-2017 вносять їх до числа негативних за підсумками соціальних дій агентів від 11 до 20 відсотків опитаних.

Отже, дослідження свідчить про існування великого спектру проблем і наявність цілої групи соціальних агентів, що мають порівняно слабкий зв'язок зі станом напруженості, який, проте, за нагоди може розгорнутися в досить масштабні соціальні дії, переводячи стан соціальної напруженості у стан соціального конфлікту під впливом навіть випадкового емоційно яскраво забарвленого чинника (як-от побиття протестуючого студентства співробітниками правоохоронних сил у листопаді 2013 р., що стало релізером наступної Революції гідності).

Окремим випадком у цьому ряду стоїть оцінка громадською думкою керівництва Російської Федерації – 27,8% респондентів упевнені, що дії цього соціального суб'єкта спричинюють погіршення ситуації в Україні. Якою мірою причиною такої оцінки справді є дії (і які саме) кремлівського керівництва, а якою це наслідок інформаційної війни – сказати складно. Зважаючи на такі обставини, ми вирішили залишити остеронь проблему реального впливу керівництва сусідньої держави на внутрішню українську ситуацію, хоча маємо відмітити існування такого впливу.

Нарешті ми дійшли до основних трьох соціальних агентів, з діями чи бездіяльністю яких пов'язане, згідно з думками учасників опитування, зростання напруженості в суспільстві. Насамперед це «нинішні очільники держави (Президент, Уряд, Верховна рада)» – цю позицію відзначили 74,3% опитаних; «політики» – 51,5%; «олігархи» – 42,2%. Ці соціальні агенти справді мають можливість використати ті чи ті важелі впливу на ситуацію, тож звичайна логіка підказує шукати у їхніх діях причини зростання соціальної напруженості.

Спробуємо виявити, які властивості відрізняють суб'єктів наведених оцінок і чи є певні закономірності, що дозволили інтегруватися саме такій конфігурації думок щодо того, кого вважати винуватцем суспільних негараздів.

Для того, щоб зручніше було оперувати даними під час аналізу залежностей виділених за результатами розподілу відповідей груп від тих чи тих чинників, назвемо умовно тих, що вважають винними у погіршенні ситуації нинішніх очільників держави (Президент, Уряд, Верховна рада) «антивладними»; тих, що звинувачують у посиленні напруженості політиків «супротивники політиків»; тих, що вбачають у погіршенні стану справ результат діяльності олігархів «антиолігархатом». На жаль, сумісність відповідей на запитання про суб'єктів посилення напруженості призвело до того, що ряд відповідей, що становлять ядро громадської думки з цього приводу, «наклалися» одна на одну, через що розбіжності між виділеними нами групами відповідей надто малі.

Тому доводиться відмовитися від системного порівняння виділених груп, лише час від часу вдаючись до нього у випадках, коли розбіжності у відповідях стають статистично значущими за рахунок думок тієї частини респондентів, що не належить водночас до виділених нами груп.

Однак зараз нас цікавлять сукупні характеристики цих трьох груп, що складають стержень громадської думки з приводу суб'єктів напруженості. З погляду вікового складу респондентів, що належать до ядра, переважають представники середнього віку, що становлять мало не половину тих, що відповіли; на другому місці перебувають представники старшого покоління; на третьому – молодь. Водночас потрібно відмітити, що за віковою ознакою, з одного боку, характерною є представленість усіх

соціально-вікових груп, з іншого – має місце певне зміщення убік старших вікових груп. Можливо, дається взнаки, що це покоління пам'ятає ще з радянських часів крилатий вислів В. Леніна: «Люди завжди були і завжди будуть дурненькими жертвами обману і самообману в політиці, поки вони не навчаться за всякими моральними, релігійними, політичними, соціальними фразами, заявами, обіцянками знаходити інтереси тих чи інших класів» [9, с. 46]. Тобто хоч і невелике, але характерне зміщення вікового розподілу убік старших соціально-демографічних груп свідчить, на нашу думку, про зваженість, що спирається на політичний і життєвий досвід, оцінок тих соціальних агентів, що пов'язують зростання рівня напруженості с владою і політичним істеблішментом.

Не слід ігнорувати й залежність, що простежується між вибором одного з трьох основних варіантів відповіді на запитання про соціальних суб'єктів, що винні у погіршенні стану напруженості і рівнем освіти. Розподіл по освіті демонструє підвищений порівняно з генеральною сукупністю відсоток освічених людей. Передують люди з середньою спеціальною освітою, ненабагато менше тих, що мають неповну або повну вищу освіту, що означає, на наш погляд, те, що наведені оцінки суб'єктів напруженості надані освіченою частиною українського суспільства.

З погляду національної належності серед опитаних 91,8% українців, 7,1% росіян, 1% представників інших національностей Підвищений відсоток українців пов'язаний насамперед з відсутністю зі зрозумілих причин серед опитаних представників таких осередків етнічних росіян, як Донбас і Крим. Однак вірогідним є і припущення про те, що переважання українців серед респондентів, що звинувачують владу, політиків й олігархів в існуванні підвищеної напруженості, свідчить про їх зрослу самосвідомість, стурбованість діями *української влади*.

Не надають підґрунтя для пошуку статистичних закономірностей і дані про особливості віросповідання досліджуваних груп. Три чверті кожної з них складають віряни православних конфесій, так само, як і по виборці у цілому (75,6%). Не релігійним в середньому виявився кожен восьмий (12,6%); більш детально залежність між релігійними переконаннями, причинами і суб'єктами існування напруженості представлено в окремому дописі.

Щодо поселенських характеристик варто відмітити порівняно високий відсоток сільських жителів – 31,6%, якщо ж врахувати ще мешканців селищ міського типу, що тяжіють за способом життя до сільських поселень, то разом їхня чисельність перевищує 40% опитаних. Найбільшу чисельність серед респондентів-містян складають жителі міст-мільйонників (17,6%), решта типів міст представлена у межах 10 і менше відсотків респондентів. Здебільшого вищою політичною і соціальною активністю відрізняється саме міське населення; на це, здавалося, вказує і високий освітній рівень учасників опитування, що визначилися щодо суб'єктів погіршення ситуації в країні. Значна кількість

сільських мешканців у виділених нами групах і в цілому по виборці свідчить про глибинність процесу зростання напруженості, який зачепив навіть традиційно аполітичну частину населення і про масштаби невдоволення владою, політиками й олігархічним устроєм, що склався в Україні за період незалежності.

Звертає на себе увагу нерівномірність розміщення ядра у соціальному просторі України, особливо порівняно з рештою респондентів, що брали участь в опитуванні. Має місце порівняно менша концентрація тих, хто належить до ядра, на Заході країни (див. табл. 1). І навпаки, протилежна за спрямованістю тенденція спостерігається серед решти учасників опитування («периферії»), що не звинувачують у наростанні напруженості владну еліту, політиків чи олігархів. Виникає значуща різниця між представленістю ядра і периферії у західному регіоні, хоч і не така значна, як можна було очікувати.

Таблиця 1

Розподіл ядра та периферії респондентів по запитанню щодо соціальних суб'єктів зростання напруженості з погляду регіонів перебування, 2017, %

	Захід	Центр	Південь	Схід	Всього
Ядро	19.4	36.8	11.0	32.8	100.0
периферія	25.1	36.1	9.9	28.9	100.0

Підводячи підсумок аналізу «паспортних даних» груп, виділених нами на підставі типів відповіді на запитання щодо агентів зростання напруженості, мусимо констатувати, що є певні особливості соціально-структурних і соціально-демографічних характеристик цих груп: з гендерного погляду серед категорії ядра опитаних переважають чоловіки, відмічається порівняно вищий освітній рівень, значна частка сільського населення, зміщення вікової структури у бік старших за віком груп. У той же час оцінка соціальних агентів, що сприяють зростанню соціальної напруженості, лише незначною мірою залежить від етнічно-національних і релігійних показників. Тож спробуємо пошукати характерні зв'язки в інших сферах – ціннісних, світоглядних, самооціночних і самоідентифікаційних.

Зовнішньополітичні орієнтації

Центральною віссю, навколо і уздовж якої усі роки незалежності вибудовуються геополітичні орієнтації, настрої, ціннісні пріоритети, є вісь «Євросоюз – Росія», що зумовлює характер політичної, економічної і культурної спрямованості. З плином років залежно від конкретно-історичних обставин відбуваються коливання громадської думки у той чи інший бік, однак питання про визначення превалюючого вектору залишається принциповим для самовизначення не лише політичної лінії, а й буденних орієнтацій населення.

Це питання показово проступає й під час порівняння позицій респондентів, що утворюють ядро (винні владна еліта, політики, олігархи) і периферію (до погіршення ситуації в країні причетні інші соціальні суб'єкти) під час оцінки соціальних агентів напруженості в суспільстві.

Тривалий час панівною в громадській думці населення України панівною була орієнтація на зближення з Росією; значною мірою поступалася їй в популярності ідея інтеграції до Євросоюзу попри усі зусилля державного пропагандистського механізму. Анексія Криму, неоголошена гібридна війна в Донбасі позбавили ідею альянсу з Росією привабливості для більшості українців. Однак за збереження загалом негативного ставлення у більшості опитаних до ідеї союзу з Росією і Білоруссю, незалежно від того, відносяться вони до ядра чи периферії, не означає тотожності їхніх позицій (див. табл. 2)

Таблиця 2

Розподіл відповідей респондентів, віднесених до ядра і периферії, на запитання про ставлення до ідеї приєднання України до союзу Росії й Білорусі, 2017, %

	Скоріше негативно	Важко сказати	Скоріше позитивно	Всього
ядро	58.6	18.2	23.3	100.0
периферія	71.5	16.6	11.9	100.0

Як видно з таблиці 2, при тому, що більшість в обох групах скоріше негативно ставиться до ідеї союзу з двома колишніми республіками СРСР, відрізняються спільним етнічним слов'янським походженням населення, периферія більш тверда в своїх негативних намірах; водночас серед ядра майже кожен четвертий прихильно ставиться до ідеї такого союзу.

Аналогічною, хоч і не такою виразною є ситуація з відповідями на питання моніторингу про вступ України до Митного союзу Росії, Білорусі і Казахстану, Вірменії і Киргизстану, а також про вступ України до Євразійського економічного союзу (Росія, Білорусь, Казахстан, Вірменія, Киргизстан) – симпатії до співпраці з Росією у різних форматах висловлює приблизно чверть респондентів ядра і приблизно на 10% менше з периферії (різниця в усіх випадках є значущою на рівні 1%).

Коли ж ми розглядаємо ставлення респондентів до вступу України до Європейського: так само її підтримує більшість усіх респондентів, однак якщо серед ядра її прихильниками є трохи більше половини (51,4%), а супротивниками трохи більше чверті (27,8%), то для периферії вона є привабливою для двох третин (65,5%), негативне ставлення демонструє лише кожен шостий (16%).

Що ж до вступу в НАТО, то в ядрі думки розділилися майже навпіл, навіть з невеликою перевагою супротивників цієї ідеї (відповідно 40%

і 37,4%), то серед респондентів, віднесених до периферії, ідея вступу України до НАТО хоч і не досягла більшості (підтримують її 48,8%, негативно ставляться 24,7%), але виразно виступає провідною.

Подібні розходження між ядром і периферією бачимо не лише у сфері політичного планування, а й у ставленні до практичної взаємодії держав. Щодо того, якими б респонденти ядра хотіли бачити відносини України з Росією, найпоширенішою є думка, що вони мають бути такими, як між дружніми державами – без віз та митниці на кордоні (так вважають 38,9%, а якщо долучити 13,7% тих, хто вважає, що Україна і Росія мають об'єднатися в економічний союз – з вільним пересуванням товарів, робочої сили, та 3,6% тих, на чю думку Україна і Росія мають об'єднатися в одну державу, то разом це становитиме 56,2%, тоді як позицію, що відносини мають бути такими, як між сусідніми державами – з візами та митницями на кордоні, займають 36,9%.

Саме остання позиція є найпоширенішою серед респондентів, що належать до периферії (48,8%), хоча серед них чимало й тих, хто прагнуть дружніх стосунків між державами (30,9%). Проте удвічі менше, ніж у ядрі прихильників економічного союзу з Росією (6,7%) і мізерний відсоток (1,5%) тих, хто прагне до повного об'єднання країн.

Дружні настрої щодо стосунків з країною, з якою країна проживання фактично веде війну, нехай не у повномасштабній, а гібридній формі, виглядали б парадоксальними, якщо забути про існування ціннісно-орієнтаційної осі «схід – захід», про яку йшлося вище. За самооцінкою поведінки громадян східноєвропейських країн (так чи скоріше так вважають 48,5%), проєвропейська налаштованість властива 28,5%. Для респондентів периферії, навпаки, ближчими є західноєвропейські цінності (38,8%), хоча перевага цих орієнтацій порівняно зі східноєвропейськими не надто велика (на останні орієнтуються 33,8%).

Як бачимо, кількість прихильників європейського курсу більш ніж удвічі перевищує кількість його супротивників. Однак це не голосування, де рішення ухвалюється простою або кваліфікованою більшістю голосів. Свого часу, досліджуючи закономірності соціальної інтеграції, ми писали про те, що парціальна (часткова) інтеграція навколо певного солідаритету приводить або до консолідації супротивних сил, або до їх соціальної мімікрії, що у кінцевому підсумку небезпечна тоталітаризмом. Так, перемога Євромайдану багатьом потьмарила адекватне сприйняття дійсності, у результаті чого виникла ситуація у Донбасі.

У нашому випадку європейськи орієнтована частина респондентів складає більшість, проте далеко не абсолютну. В середньому кожен четвертий ставиться до європейськи орієнтованого вибору негативно, ще 20% остаточно ще не визначилися.

Століттями Україна перебувала під орудою російського царату, згодом стала периферією радянського тоталітарного суспільства; ці

періоди мали й позитивні моменти, особливо за радянських часів. Тому продовжує залишатися досить сильною традиція культурного єднання з народами, що лишилися на пострадянському просторі, надто з тими, з якими зближує схожі культура, мова, звичаї, соціальна пам'ять. І не викликає великого подиву те, що далеко не всі сприймають Російську Федерацію як країну-агресора, бо ідентифікують себе з «проросійським» вектором вибору. І навіть за умов багаторічного ведення нею так званої «гібридної війни» проти України, близько чверті у складі ядра і кожен шостий з респондентів у складі периферії схиляються до ідеї приєднання України до союзу Росії й Білорусі.

Отже, проєвропейський вектор орієнтацій хоч і зміцнився останнім часом, але не перетворився на життєвий орієнтир для більшості населення; значна його маса зберігає проросійські настрої. Логічно, що ці настрої порівняно сильніші у ядрі, бо очільники держави проводять політику, орієнтовану на захист інтересів України – як вони їх розуміють, а їх критики дотримуються іншої думки. Тому, сприймаючи національно орієнтований політичний курс як перешкоду своїм інтересам, прихильники такого погляду незгодні з започаткованими реформами. Тобто протестний рух включає не лише тих, хто незадоволений недостатністю зробленого, а й тих, хто за переконаннями виступає проти європейських цінностей. У цьому, на наш погляд, криється одна з системних причин соціальної напруженості.

Економічні орієнтації

У перехідний період виникає ряд проблем у сфері економічної організації суспільства, які в макроекономічному сенсі зводяться до двох: участь держави в управлінні економікою і власність на засоби виробництва. Спробуємо з'ясувати, чи є зв'язок між цими проблемами і оцінкою соціальних агентів, що сприяють збільшенню напруженості.

Щодо ставлення до участі держави в управлінні економікою, то здебільшого представники ядра, що незадоволені владою, політиками й засиллям олігархів, віддають перевагу (47,8%) зваженому міркуванню про те, що треба поєднати державне управління і ринкові методи; понад чверть висловили консервативний погляд, що найдоцільнішим є повернення до повного контролю економіки з боку держави; порівняно невеликою є група ліберально налаштованих респондентів (12,4%), що вірять у саморегуляційний потенціал ринку. Серед респондентів, що представляють периферію, так само превалюючим є судження про доцільність поєднання державного управління і ринкових методів (44,9%), однак адептів регулюючої сили ринку порівняно більше – 19,7%. Тобто потрібно відмітити, що значна кількість респондентів ядра налаштована консервативніше, так що роздратування діями влади, політиків й олігархів певною мірою можна пов'язати не лише з відсутністю помітних економічних успіхів в зазначених соціальних агентів, тими порівняно невеликими досягненнями, що ними здобуто, а стратегічним економічним курсом на ринкові перетворення.

Якщо розглянути ставлення до приватної власності на підприємства і землю, то в обох випадках відсоток незгодних становить серед ядра понад третину (відповідно 35,1% і 36%), тоді як серед периферії істотно менше (23,4% і 26,1%).

Однак попри це існування в Україні великих приватних підприємств влаштовує більшість у кожній з виділених груп: серед ядра доцільність їх існування визнають 51,3%, серед периферії – 61,1%. Якщо ж ми звернемося до запитання моніторингу-2017: «Чи вважаєте Ви за доцільне повернення у власність держави великих приватних підприємств?», бачимо коливання в другий бік: респонденти, що належать до ядра, здебільшого вважають за доцільне повернути великі приватні підприємства у власність держави (57,3%), не підтримують цю думку 28,7%; серед респондентів периферії першу думку підтримали 47,7%, другу – 31,9%. Це знову ж таки змушує пов'язувати невдоволення основної частини респондентів не лише з низькою ефективністю дій влади або політичної системи, а й обраним курсом на тотальну приватизацію. Тобто є підстави говорити про певну суперечність, щонайменше – різнорівневих диспозицій, надто виражену у ядра, неготовність громадської думки до «великої» приватизації, передчасність чи невчасність політики, спрямованої на перехід у приватну власність великих підприємств, що підтримує високий рівень соціальної напруженості.

Така сама суперечлива тенденція – сполучення негативного відношення до можливості приватизації землі з позитивним сприйняттям існування приватизованих земель в сьогоденні української економіки й визнанням водночас доцільності її повернення у власність держави спостерігається стосовно проблеми приватизації землі. Але порівняно з протиріччями відношення до приватизації великих підприємств вона виражена у м'якшій, згладженій формі.

Парадоксальність отриманих даних очевидна, відповідь щодо її причин слід шукати, на наш погляд, почасти в особливостях української приватизації, що у народі отримала назву «узаконеного грабунку», почасти у суперечливості диспозицій різного рівня (феномен Ла П'єра). Проте у будь-якому випадку розрив бажаного і дійсного, розуміння нереальності спроб розвернути рух суспільства у зворотному напрямі викликає невдоволення, а разом з ним і підтримує стан напруженості в масовій свідомості українців.

Політичні орієнтації

У цій сфері помітні певні розширення, які можуть стати ключем до розуміння як протестних мотивів взагалі, так і орієнтаційних особливостей як ядра, так і периферії. Багато що прояснює відповідь на запитання: «Чи є в країні така політична партія, яка близька Вам за ідеологічними та програмними цілями?» (відповіді на нього наведені в табл. 3).

Таблиця 3

Розподіл відповідей серед ядра та периферії щодо існування в країні ідеологічно близької партії, 2017, %

	Є така партія	Немає	Важко сказати	ВСЬОГО
ядро	29.1	59.2	11.7	100.0
периферія	32.3	51.7	16.0	100.0

Причини, на наш погляд, слід шукати, з одного боку, в соціально-політичній пасивності опитуваних – членами політичних партій є в середньому лише 2,3%, тоді як майже 98% не належать до якоїсь політичної партії; з другого – у розчаруванні населення і недовірі до партій, які навіть висуваючи близькі населенню гасла, не дотримуються їх.

Лише третина опитаних ідентифікує себе з якимось політичним рухом чи партією, більшість і серед ядра, і серед периферії не бачить для себе такої політичної сили. З огляду на важливість цього самовизначення вимірювання щодо нього дублювалося шляхом застосування другого запитання: «Чи є серед політичних партій України така, яка відстоює інтереси таких людей, як Ви?» Відповіді практично співпали; майже ідентичний характер відповідей підтверджує усталеність загальної картини – менше третини дорослого населення більш-менш чітко визначилися щодо власних партійних переважень.

Ці приблизно 30 відсотків, що визначилися відносно прийнятних для них політичних партій, є надто розпорошеними. На наш погляд, ця ситуація з роздрібненістю прихильників тих чи інших партій демонструє, що визначення соціальних агентів, відповідальних за погіршення ситуації в країні, бере начало з різних ідейних джерел, які тимчасово об'єднуються на платформі протесту проти існуючої влади. Однак солідаризація «проти» обмежена у конструктивних діях самою своєю метою, з досягненням якої зникає підстава для об'єднання.

Гірше того, розчарування у суб'єктах політичного досягнення поставлених цілей тісно пов'язане зі ставленням до демократії в цілому, насамперед до такої її іманентної якості, як багатопартійність. Показово, що на запитання про те, чи потрібна Україні багатопартійна система, більшість респондентів з ядра заявили, що «ні» (41,2%). Протилежної думки дотримуються 33,8%. Четверть не визначилася зі своїми ставленням. Серед респондентів периферії основною думкою є все ж визнання цінності багатопартійної системи (38%), однак перевага прихильників цієї позиції є зовсім незначною (не поділяють її 32,8%). У результаті депривації довіри до політичного інституту демократії ядро не бачить достойних кандидатів на роль очільників країни; вважають, що в Україні є підходящі лідери, лише кожен п'ятий (21,7%); серед респондентів периферії ситуація значущо відрізняється – такої думки дотримується майже кожний третій (30,7%). Це, на наш погляд, одна з основних причин «пробуксування» демократичних реформ в Україні – люди не сподіваються на вибори, тому що не вірять, що від їх результатів зміниться їхнє життя. Серед респондентів ядра таку думку повністю поділяють 42,3%, «скоріше

поділяють» 29,6%, разом понад дві третини (71,9%). Респонденти периферії ще покладають певні надії на демократичні механізми регулювання – зовсім не вірять у можливості змін шляхом виборів 17,6%, скоріше не вірять 37,5%. Про це свідчить і більша поміркованість під час оцінки діяльності П. Порошенка на посаді Президента України (нагадаємо: моніторинг-2017 проводився за 2 роки до перевиборів). Серед респондентів ядра по шкалі з 10 максимальних балів оцінили його діяльність не вище трьох балів 75,1%, серед респондентів периферії оцінками не вище трьох балів відзначилися 39%, що майже вдвічі менше. Однак за такого рівня зневіри у легітимних способах і суб'єктах ведення політичної боротьби стан напруженості не може не залишатися високим.

Протестна поведінка

Як уже відмічалось, серед обраних до поглибленого аналізу груп респондентів, що віднесені до ядра, близько дев'яноста відсотків оцінюють ситуацію в країні як «напружену» або «критичну, вибухонебезпечну». Запитання щодо стану справ у країні можна водночас розглядати як проєктивне, таке, що відображає внутрішній стан суб'єкта оцінки. Тобто можна прогнозувати, що респонденти ядра на дев'ять десятих перебувають у стані готовності до переходу від латентної напруженості до поведінкових форм протесту.

Про високий рівень готовності до протестних дій свідчать також такі ознаки, як низький матеріальний статок приблизно половини респондентів, актуальне на час опитування невдоволення становищем у суспільстві (три п'яті учасників ядра є невдоволеними) та життям в цілому (понад 50%). Матеріальні нестатки, соціальна депривація, недовіра до владної еліти, політична безвихідь – серйозні підстави для того, щоб прагнути щось змінити.

Не варто, однак, передавати кути меду та зображувати усе виключно чорними фарбами. Так, з погляду міри задоволеності життям, близько 30% задоволені тим, як воно складається; хоча заможно живе менше одного відсотка, вважають, за самооцінкою, свій рівень матеріального добробуту середнім майже половина опитаних. Приблизно третину складають ті, хто вважає себе за самооцінкою середнім класом.

Тому не була великою несподіванкою суперечлива оцінка готовності населення до протестних форм соціальної поведінки (див табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей щодо прийнятності протестних стратегій поведінки у співвіднесенні з виділеними ядром і периферією, 2017, %

	Потрібно за будь-яку ціну зберігати порядок, мир та спокій	Важко сказати	Потрібно активно протестувати проти постійного погіршення умов життя	ВСЬОГО
ядро	34,0	23,9	42,0	100,0
периферія	42,6	30,8	26,6	100,0

Провідною серед респондентів ядра виступає «протестна» група (42% опитаних). Але досить численною залишається частина опитаних, налаштована на збереження за будь-яку ціну громадянського миру і спокою. Слід відмітити, що досить великою є група тих, хто не визначився, тобто резерв, з якого насамперед можуть рекрутуватись як перші, так і другі.

Серед респондентів периферії картина протилежна: провідною є орієнтація на збереження громадянського миру (42,6%), помітно менша кількість тих, хто налаштований, за самооцінкою, на активні дії (26,6%). Тут резерв для збільшення тієї чи тієї групи ще більший (30,6%), що робить ситуацію нестійкою, а громадську думку – динамічною, схильною до різких перепадів. Тобто висновок про 90-відсоткову готовність трансформувати напруженість у протестні дії не йдеться. Однак цілком імовірна несподівана хвиля масових протестів, спровокована якимось емоційно насиченим чинником (наприклад, гучною подією), бо соціальна база для цього цілком склалася.

Утім, під час інтерпретації протестно налаштованої частини респондентів варто звернути увагу на відповіді по ряду інших запитань. Зокрема, коли йдеться про те, наскільки можливі зараз у місті чи селі, де проживає респондент, масові виступи (мітинги, демонстрації) населення проти падіння рівня життя, на захист своїх прав, більшість респондентів і ядра, і периферії вважає малоімовірною (приблизно 56%). Водночас серед респондентів ядра чимала кількість тих, хто вважає такі виступи можливими (28,9%), значущо більша (на рівні 1%), ніж серед респондентів периферії (19,5%).

Якщо ж ми згадаємо класичне запитання, на застосуванні якого при вивченні протестної поведінки наполягав Ю. Левада, а саме: «Якщо такі мітинги, демонстрації протесту відбудуться, Ви особисто братимете в них участь чи ні?», то на позитивну відповідь спромоглися менше чверті опитаних з числа респондентів ядра (23,6%) і лише кожен шостий з респондентів периферії (15,9%). Окрім кількісних показників, показовими є і форми протестної поведінки, до якої схиляються учасники опитування. Так, серед протестно налаштованих респондентів ядра основною формою виразу своїх настроїв виступає така «зручна» форма, як «збирання підписів під колективними петиціями» (34,8%), що на відміну від страйку, пікетування чи голодування не потребує великих особистих зусиль чи обмежень. Зауважимо, що і серед респондентів периферії ця форма є найпопулярнішою (26,6%). А з огляду на той рівень довіри до владних інститутів, який висловлюють учасники опитування, незрозуміло, чи є якийсь сенс у адресуванні їм петицій (хіба що у відпрацьовуванні протестантами механізмів консолідації).

Свою пасивність і ядро, і периферія однаковою мірою (понад третини опитаних) мотивують тим, що жоден із заходів протесту не видається ефективним і припустимим настільки, щоб узяти у них

участь. Нарешті, коли запитати про реальний досвід протестних дій, який здобули учасники опитування протягом останнього року, виявляється, що у протестних практиках брали участь у кожній з виділених груп приблизно 15%, що не перевищує значення у середньому по виборці (15,7%). Але хоча ці дані помітно скромніші від декларованих превалюючих протестних намірів, цими настроями не варто нехтувати.

З наведених даних досить чітко видно, що показники вербальної протестної поведінки у три з половиною рази вищі від показників реальних дій. В інтервалі між цими двома екстремумами якраз і відбувається наростання напруженості та формування готовності до переходу від латентної стадії до поведінкової.

Розширвання ядра

Досі ми виділяли серед респондентів, що дали оцінку соціальним агентам, що своїми діями чи бездіяльністю сприяли погіршенню ситуації в Україні, певне ядро, беручи за основу його утворення те, що хоч би одна з наданих відповідей називає серед таких агентів владну еліту; зіставляючи характеристики цього ядра з характеристиками тієї підвиборки респондентів, що утрималися від звинувачень на адресу очільників держави, ми намагалися відстежити, чи є розбіжності у ставленні цих двох груп до подій і процесів громадського життя. Такі розбіжності зафіксовано і, підводячи підсумки проведеного аналізу, ми ще раз на них наголосимо. Але настав час згадати, що так зване ядро не є в жодному смислі монолітом, це конгломерат, утворений на платформі невдоволення урядом. Найбільші групи, з яких він складається, отримали назви «антивладних», «супротивників політиків» і «антиолігархату». Обсяги цих груп, як пояснювалося, здебільшого накладаються один на один; однак у ряді випадків між ними виникає значуща (на рівні 1%) різниця в характеристиках, думках і оцінках, зумовлена тією частиною респондентів, що не входить одночасно в обидві групи. Прослідкуємо ці відмінності.

Насамперед привертає увагу деяка нерівномірність розподілу цих груп по регіонах. Якщо представництво таких регіонів, як Центр і Південь, є пропорційним, то у разі з «антивладними» доводиться говорити про зміщення у бік Сходу за рахунок Заходу: на Сході країни «антивладних» проживає 32,8%, тоді як «антиолігархат» представлений значущо (на рівні 1%) менше – 26,6%; і навпаки, на Заході мешкає всього 19,4% «антивладних», але 25,3% «антиолігархату». На наш погляд, це не випадковість, а показник більшої невдоволеності політикою вищої української влади у Східному регіоні країни. Такий висновок підтверджується й оцінками діяльності П. Порошенка на посаді Президента України: найнижчу з можливих оцінку в 1 бал за десятибальною шкалою він здобув саме в «антивладних», а в межах 1–3 балів його оцінили понад дві третини (75,1%) з них; оцінки «антиолігархату» хоч і не набагато, але принаймні значущо (на рівні 1%) різняться: вони склали відповідно 33,2% і 67,6%.

Песимізм в оцінках діючої влади простежується і в ставленні до влади і способів її демократичного обрання взагалі: серед «антивладних» значуще вищий відсоток тих, хто не сподівається на вибори, тому що не вірить, що від їх результатів зміниться їхнє життя – 42,2%, якщо порівняти його з таким же показником у «супротивників політиків» та «антиолігархату», в яких він складає 36,3% та 36,2%.

«Антиолігархат» вважає, що ефективним інструментом зниження соціальної напруженості стало б викорінення корупції у владній верхівці країни (винні мають відбувати реальне покарання) – у цьому переконано майже три чверті з цієї групи респондентів (71,8%); близькими до них є погляди «супротивників політиків» – 69,6%. Більшість «антивладних» налаштована так само, але порівняно з першою з названих груп кількість їх значущо (на рівні 1%) менша і складає 65,4%. Можна припустити, що серед «антивладних» порівняно більша частка зневірених або нігілістично настроєних респондентів. В усякому разі варто констатувати, що саме серед «антивладних» найвищий відсоток повністю незадоволених життям людей – 18,3%, тоді як серед «супротивників політиків», наприклад, він значущо менший – 15,8%.

Згідно з проведеним аналізом емпіричних даних ми дійшли таких висновків:

- соціальна ситуація щодо погіршення стану справ у сучасному українському суспільстві з погляду висловлених громадською думкою оцінок не є безсуб'єктною; навпаки, до її формування причетне широке коло соціальних суб'єктів;

- розподіл соціальних акторів за ступенем негативного впливу на суспільну ситуацію має дрібнодисперсний характер за одночасного існування певного ядра; незначний характер такого впливу є властивим таким соціальним агентам, як інтелігенція, релігійні діячі, журналісти й блогери, основна ж маса акторів має вплив на рівні 13–20 відсотків;

- не можна пов'язати погіршення ситуації в країні, що веде до зростання соціальної й насамперед політичної напруженості, з дією чи бездіяльністю винятково якогось одного соціального суб'єкта, це результат взаємодії багатьох агентів;

- тим не менше не можна не відмітити існування ядра акторів, чия діяльність чи бездіяльність зчиняють найбільший негативний за результатом вплив на стан напруженості; до них належать такі соціальні актори, як найвища владна еліта країни, представники політичного істеблішменту та олігархи;

- негативний вплив цих соціальних акторів згідно з заміром громадської думки є комплементарним, взаємопов'язаним – досить сказати, що якщо кількість тих, хто вбачає витоки нинішньої ситуації в діяльності очільників держави, за 100 відсотків, то 80,2% водночас вважають винними олігархів, а ще 77,5% – політиків; на нашу думку, це дає певний кумулятивний ефект, що підтверджується незначною диферен-

ціацією розподілів відповідей респондентів щодо нагальних проблем життя українського суспільства;

– порівняно з рештою респондентів, що не вбачають вини очільників держави в зростанні напруженості (в нашій термінології «периферією») ядро при схожих соціально-демографічних, освітніх, статевих, поселенських параметрах має ряд стійких відмінностей: в економічних, політичних, культурно-ціннісних орієнтаціях, протестній налаштованості тощо, які можна загалом оцінити як прояв принципової незгоди з державним курсом, успіхи й досягнення якого так само неприйнятні, як і невдачі; на наш погляд, причиною є належність до ядра групи «затятих», що сприймають українську дійсність з позицій незмінних симпатій до Росії;

– основним чинником, що об'єднує переважну частину респондентів ядра в її оцінках стану справ і міри напруженості, є протестна налаштованість, яка своєю чергою ґрунтується на невдоволенні як власними умовами життя (доходами, соціальним статусом), так і внутрішньою та зовнішньою політикою, тотальній недовірі до політичних партій;

– разом з тим є певні відмінності в орієнтаціях тих, хто обрав три основні типи відповідей і віднесені до ядра: найбільш критичними, нетолерантними та ситуативними видаються ті, хто вважає суб'єктами негативних змін очільників держави, їм властива більшою мірою ворожа налаштованість до обраних векторів розвитку України; характерним також є порівняно більша представленість у Східному регіоні країни.

Список використаної літератури

1. Мартинюк І. Уявлення населення України про чинники соціальної напруженості. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. Вип. 4 (18). Київ: ІС НАН України, 2017. С. 115–121.

Мартынюк И. О., Соболева Н. И. Агенты социальной напряженности в социологическом измерении

В статье обосновывается актуальность выяснения для современного этапа общественной жизни украинского общества закономерностей процессов возникновения и динамики социальной напряженности, причин и последствий отклонений ее уровня от «нормальных значений», того, каким образом аккумулируется энергия эмоционально-психологических состояний социального субъекта, влияя на степень социальной стабильности, как предотвратить деструктивные проявления нарушения сложившегося социального порядка. На основании данных мониторинга общественного мнения, проводимого Институтом социологии НАН Украины с 1992 г., доказано, что основным фактором, объединяющим большую часть респондентов в ее оценках состояния дел и меры напряженности, является протестная настроенность, которая, в свою очередь, основывается на недовольстве как собственными условиями жизни, так и внутренней и внешней политикой, тотальном недоверии политическим партиям.

Напряженность является сложным, полиморфным и многоаспектным феноменом социальной действительности. Природа факторов, которые ее создают, является разноплановой, и тем более разнообразны, собственно, сами факторы, в частности их конфигурации, которые приводят к тому или иному состоянию напряженности. Однако общей чертой различных видов напряженности, независимо от форм ее проявления, этапов, стадий существования, является существование определенных субъектов (актеров, агентов), с чьими интересами, потребностями, целями и действиями связывается определенное состояние напряженности.

Исследование свидетельствует о существовании большого спектра проблем и наличии целой группы социальных агентов, имеющих сравнительно слабую связь с состоянием напряженности, которое, однако, по случаю может развернуться в довольно масштабные социальные действия, переводя состояние социальной напряженности в состояние социального конфликта под влиянием даже случайного эмоционально ярко окрашенного фактора.

Ключевые слова: социальная напряженность, агенты социальной напряженности, причины социальной напряженности.

Martyniuk I., Soboleva N. Agents of social tension in the sociological dimension

The article substantiates the relevance of ascertaining for the modern stage of social life of Ukrainian society the laws of the processes of occurrence and dynamics of social tension, the causes and consequences of deviations of its level from "normal values", how the energy of emotional-psychological states is accumulated social subject, affecting the degree of social stability, how to prevent destructive manifestations of violations of the existing social order. Based on the data of public opinion monitoring conducted by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine since 1992, it has been proved that the main factor uniting the majority of respondents in its assessments of the state of affairs and measures of tension is the protest mood, which, in turn, is based on dissatisfaction with both their own living conditions and domestic and foreign policies, and total distrust of political parties.

Tension is a complex, polymorphic and multifaceted phenomenon of social reality. The nature of the factors that create it is multifaceted, and even more diverse are the factors themselves, including their configurations, which lead to a state of tension. However, a common feature of different types of tension, regardless of its forms, stages, stages of existence, is the existence of certain actors (actors, agents), whose interests, needs, goals and actions are associated with a certain state of tension.

The study shows the existence of a wide range of problems and the presence of a whole group of social agents who have a relatively weak relationship with the state of tension, which, however, can turn into quite large-scale social actions on occasion, translating the state of social tension into a state of social conflict under the influence of even a random emotionally brightly colored factor.

Key words: social tension, agents of social tension, causes of social tension.

УДК 314.8

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.7>

С. В. ГРИГОР'ЄВА, І. П. ШЕПЕЛЕНКО

ТЕРИТОРІАЛЬНА МОБІЛЬНІСТЬ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Розглядаються теоретичні основи і методологічні передумови дослідження територіальної мобільності. Обґрунтовується специфіка соціологічного підходу до дослідження типів мобільної поведінки, суб'єктів територіальної мобільності, аналізуються чинники, що впливають на територіальну мобільність найбільш активної соціальної групи – молоді. Сьогодні розробка методології інтегрованого вивчення територіальної мобільності стає довгоочікуваною потребою, оскільки розкриває найбільш загальні закономірності та тенденції розвитку територіальної мобільності.

Мета статті – теоретичне обґрунтування поняття «територіальна мобільність» у соціологічному дискурсі. Презентація основного матеріалу. Територіальна мобільність – це практичне вираження явних та прихованих соціально-економічних та соціально-психологічних процесів, характерних для певної громади та її певних сегментів. Тому основні проблеми, які потрібно вирішити, бачимо в наступному: по-перше, необхідно визначити суб'єктів територіальної мобільності та соціальних груп, які активно або потенційно є мобільними; по-друге, необхідно визначити фактори, що створюють соціальну мобільність; по-третє, класифікувати територіальну мобільність за рядом основних ознак; по-четверте, визначити актуальність пізнавального значення категорії «територіальна мобільність» для соціологічної теорії та соціальної практики.

У нашому аналізі ми спираємося на теорію соціальної дії М. Вебера та Т. Парсонса, теорію мобільності Дж. Уррі, соціального поля та соціальних змін П. Штомпки та положення гуманістичного психоаналізу Е. Фромма.

У статті представлені результати прикладних соціологічних досліджень, проведених авторами у 2018 році. Дослідження підтвердило орієнтацію студентської молоді на роботу, навчання та стажування за кордоном. Більшість опитаних орієнтовані на споживання вже встановлених демократичних цінностей, матеріалів та духовні ресурси західного суспільства. Основними цінностями для цієї групи молодих людей були: свобода прийняття рішень, свобода пересування та потреба у творчому самовираженні. Навіть більше, такі риси, як відповідальність, правова дисципліна та самоорганізація, творчість, не вважаються ними необхідними для людини.

Ключові слова: мобільність, соціальна мобільність, територіальна мобільність, міграція.

Постановка проблеми. Територіальна мобільність – одне із знакових явищ сучасного життя людства. Глобалізаційні процеси, наслідком яких є світовий поділ праці, розвиток транспортної та інформаційної інфраструктури, виникнення і розвиток нових форм економічної та

соціальної нерівності сприяють зростанню територіальної мобільності капіталу, людських і виробничих ресурсів у масштабах всієї планети.

Аналіз актуальних досліджень. Враховуючи значущість та багатогранність поняття «мобільність», його дослідження проводилося з позицій філософії, соціології, економіки, психології, демографії, антропології, педагогіки. Соціологи активно дискутували на тему сучасних змін суспільства, оперуючи поняттями «мобільність», «територія», «простір». Однак основним ракурсом дослідження традиційно була соціальна мобільність як зміна індивідом або групою місця, займаного в соціальній структурі, переміщення з одного соціального шару в інший або в межах одного і того ж соціального шару. Основу підходів до вивчення соціальної мобільності заклали К. Маркс, Т. Парсонс і М. Вебер. Творцем її фундаментальної теорії є П. Сорокін. Зокрема, була представлена група понять горизонтальної мобільності, що характеризується рухом індивідуума, але який, з точки зору вченого, не тягне за собою зміни в його соціальному статусі. Наприклад, горизонтальною мобільністю можна вважати зміну місця проживання індивіда. Однак концептуальних досліджень горизонтальної, зокрема територіальної, мобільності в роботах класиків не представлено.

Надалі в рамках економічної соціології розглядався феномен соціально-трудової мобільності різних соціальних верств і вікових когорт населення. Зокрема, цей аспект розглядався в процесі вивчення проблем трудової мобільності в роботах науковців: зарубіжних – З. Баумана, Дж. Бхандарі, Д. Мессі, Ю. Веніге, Е. Йожа, Л. Дьєтваї, Дж. Уррі, Р. Штольберга; російських – І. Василенко, Т. Заславської, В. Мойсенко, В. Іонцева, Мулеева, В. Староверова, Л. Рибаківської та інших. Над цими проблемами працює і багато сучасних вітчизняних науковців: Н. Коваліско, О. Білик, В. Дружиніна, Е. Лібанова та ін.

Дослідження поняття «мобільність» з позицій різних суспільних наук, хоча й виправдано багатомірністю цього поняття, має суттєву ваду: більшість досліджень зосереджені на економічному аналізі цієї категорії, має місце односторонній розгляд проблеми (в економічному, соціальному, психологічному або іншому плані). Сьогодні назріла необхідність вироблення методології комплексного дослідження територіальної мобільності, що дозволяє виявити найбільш загальні закономірності і тенденції її розвитку.

Метою статті є аналіз поняття «територіальної мобільності» в соціологічному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Територіальна мобільність є практичним виразом явних та латентних соціально-економічних та соціально-психологічних процесів, характерних для тієї чи іншої спільноти та її окремих сегментів. Тому основні проблеми для вирішення вбачаються у таких діях: по-перше, потрібно провести ідентифікацію суб'єктів територіальної мобільності, визначити соціальні групи, які активно або потенційно мобільні; по-друге, виявити фактори,

що продукують соціальну мобільність, надати їм характеристику; по-третє, типологізувати територіальну мобільність за рядом базових підстав; по-четверте, виявити актуальність когнітивної цінності категорії «територіальна мобільність» для соціологічної теорії та соціальної практики.

У межах нашого аналізу ми спираємося на теорії соціальної дії М. Вебера та Т. Парсонса, теорії мобільності Дж. Уррі, соціального поля та соціальних змін П. Штомпки та положень гуманістичного психоаналізу Е. Фромма. Мобільність розглядається як «деперсоніфікований процес, що характеризується обсягом, інтенсивністю та напрямом найважливіших потоків руху, певним соціальним механізмом, рушійними силами, певними наслідками для суспільства. Мобільна поведінка визначається як індивідуалізований (персоніфікований) варіант мобільності як соціального феномену» [3].

Територіальна мобільність є інваріантом соціальної дії та характеризується усіма особливостями, які переломлюються умовами певного соціуму. Просторову мобільність визначаємо як бажання, готовність і можливість населення до зміни місця перебування у визначених просторово-часових координатах. Своєрідність територіальної мобільності полягає в маргінальному стані суб'єктів – особистості або соціальних груп, які знаходяться в маргінальному стані реальних і потенційних переміщень та формують унікальну систему соціальних зв'язків і станів у просторі і часі [2; 6].

До традиційних досліджень міграції як одного з видів територіальної мобільності сьогодні додалися праці Дж. Уррі про туризм, де вперше повною мірою розглядається соціальна категорія «турист», у визначенні якої найбільш очевидна роль руху. Автор наголошує: переміщається не тільки тіло туриста – рухаються поїзди, літаки, фотографії, сувеніри, листівки, навіть більше, у багатьох випадках реальне переміщення передує віртуальним переміщенням (за допомогою журналів про подорожі або Інтернету) і уявним переміщенням (за допомогою передчуття майбутньої подорожі, яке потім можна заново пережити в спогадах). Таким чином, система мобільності, з точки зору Уррі, – це комплекс соціальних відносин і матеріальної інфраструктури, який робить певний вид переміщення можливим, повторюваним, передбачуваним, доступним широкому колу людей і об'єктів. Системи територіальної мобільності включають не тільки власне рухомих людей і об'єкти, але і всілякі ідеї, види зв'язку, нерухомі об'єкти інфраструктури і все, що їх забезпечує і постачає.

Дж. Уррі акцентує свою увагу на аналізі таких типів територіальної мобільності: пересування та міграція в пошуках політичного притулку або місця проживання; подорожі з діловими і професійними цілями; пізнавальні мандрівки студентів; медичні поїздки на курорти, мінеральні води, у лікувальні центри; військова мобільність армій, які згодом можуть використовуватися з цивільними цілями; переїзди після виходу

на пенсію, формування особливого транснаціонального стилю життя людей похилого віку; переміщення і міграція по вузлових точках якоїсь однієї діаспори; рух працівників сфери обслуговування по всьому світу і особливо в глобальних містах; туристичні подорожі з метою відвідування місць і подій, заради задоволення різних почуттів; переміщення в зв'язку з роботою, в тому числі і щоденні поїздки з передмістя до міста. Але концептуалізація критеріїв типологізації, докладний соціологічний аналіз кожного з типів територіальної мобільності тільки починається [7].

Основні групи суб'єктів територіальної мобільності в Україні є не досить дослідженими через брак достовірної статистичної інформації. Так, за останніми даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), кількість українських емігрантів в розвинені країни вже перевищило рівень 90-х років. Для порівняння: якщо в 90-х роках щорічно виїжджало з країни близько 200 тисяч осіб, то починаючи з 2015-го року – понад 300 тисяч. Протягом 2014–2016 років Держстат зафіксував 50 тисяч громадян, які виїхали з України. Тоді як за даними Євростату, тільки в 2015 році кількість українців, які вперше отримали право на тимчасове проживання в ЄС, досягло близько 500 тисяч осіб. Було б наївно припускати, що більшість з них цим не скористалися. Всього ж, за експертними оцінками, в 2015–2017 роках кількість мігрантів зросла приблизно в півтора рази і на цей час становить близько 5 млн осіб [Державна служба статистики України, 2014–2017].

Незважаючи на невизначений, кризовий стан економіки, українці дедалі частіше виїжджають за кордон на відпочинок. Нові правові підстави та формування транспортної інфраструктури (безвіз і прихід локостерів) посилили цю тенденцію. За даними Держстату, кількість українських туристів, яких обслужили суб'єкти туристичної діяльності протягом 2017 року, склало 2,8 млн осіб. У I півріччі 2018 року, за даними Держприкордонслужби, кількість українців, які виїхали за кордон, зросла на 3,3%, і склала 12,9 млн осіб (у ці показники включені не тільки туристи, але й трудові мігранти, відвідувачі родичів, офіційні особи в короткострокових відрядженнях тощо).

Соціологічні дослідження, проведені авторами в 2018 році в м. Харків, свідчать про активну спрямованість окремих груп городян на виїзд за кордон. Так, соціологічне дослідження «Абітурієнт – 2018», проведене лабораторією прикладних соціологічних досліджень кафедри соціології і політології Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (2018. N=450, Вибірка гніздова. Похибка 3,2%), підтвердило спрямованість студентської молоді на оволодіння такою спеціальністю, яка б дозволила успішно працевлаштуватися за кордоном (33%), 37% першокурсників мають за мету поїхати за кордон на навчання, стажування і спробують там залишитися, 22,8% опитаних мають намір поїхати на навчання, стажування, але потім хотіли б повернутися Мотив переїзду – поліпшити рівень життя. І лише 2,4% не планують виїжджати з України.

Основними факторами територіальної мобільності молоді є економічні – низькі зарплати, відсутність робочих місць, зростаючий рівень безробіття серед молоді, нестабільні умови ведення бізнесу, корупція, зростаючі ризики особистої безпеки, а також недовіра до правоохоронної і судової систем.

Але є група факторів, які мають заохочувальний, стимулюючий характер. Сьогодні зростає кількість студентських поїздок, довгострокових стажувань, різних програм, наприклад, Work and Travel, та інших можливостей для виїзду за кордон, яких раніше не було. До речі, тільки в минулому році з України на навчання за кордон виїхало близько 70 тисяч молодих (від 18 до 30 років) українців. Всі вони можуть за бажанням отримати посвідку на проживання.

Сьогодні дослідники відмічають і таку суттєву рису територіальної мобільності, як споживання простору [4; 5]. Подорожі, туризм або навчання в іншій країні тією чи іншою мірою є такими ж об'єктами сучасного споживацтва в сфері дозвілля, як автомобіль, телевізор і секс. І хоча ми звикли вважати таке проведення часу за активну форму дозвілля, правильніше було б називати його пасивною формою. Сучасні споживачі можуть визначити себе за допомогою такої формули: я – це те, чим я володію і що я споживаю. Споживання простору має риси, що є характерними для матеріального споживання: масове виробництво різних видів простору (передусім туристичних локацій) дозволяє втягнути в активне споживання простору вже не тільки найбагатші класи суспільства, а й абсолютну більшість населення, хоча дуже різного ступеня забезпеченості. Індивідуальне споживання простору значної частини населення виходить за рамки, які диктуються природними потребами. Для певної частини населення (частини мігрантів) споживання простору поєднує в собі спосіб боротьби за фізичне виживання з інструментом конструювання соціальної ідентичності, соціокультурної інтеграції в суспільство. А для іншої частини населення, що має тенденцію до збільшення, споживання простору виконує розвинені демонстраційні функції позначення і затвердження статусних позицій, а також символічні функції, пов'язані з маніпулюванням знаками. Якщо для суспільства споживання характерним є шопінг, то для суспільства мобільності подорожі стають широко поширеною формою дозвілля, формуються модні напрями територіальної мобільності, популярні способи пересування тощо. В результаті все більш явно змінюється культура спілкування. Останнє перетворюється на об'єкт споживання, що купується, як, наприклад, право посидіти в затишному місці за чашкою кави або обідом і поспілкуватися. В результаті особисті відносини все більше опосередковуються ринком. Все більшої популярності набувають етнічні та тематичні заклади, які створюють можливість феномена, який можна назвати «кулінарною подорожжю». Вся реклама спрямовується на просування вже сформованих великих туристичних, логістичних агенцій, що є монополістами на ринку просторового

пересування. Мобільність все більше стає однією з визначальних цінностей сучасного суспільства. Виглядати молодим, мобільним стає «модним», особливо серед еліти та молоді.

Соціологічне дослідження, проведене авторами серед городян м. Харкова (2018, N = 780. Вибірка випадкова, стратифікована. Похибка 4,7%), підтвердило високу цінність територіальної мобільності. Можливість швидкої територіальної мобільності в межах міста для 84% респондентів була визначальною під час вибору місця проживання поряд з такими вимогами, як житлова площа і поверховість житла. Респондентами підкреслюється важливість як реальної, так і потенційної територіальної мобільності. Для молоді та для людей середнього віку територіальна мобільність є визначальною під час вибору місця навчання і роботи. Навіть респонденти похилого віку деяких районів міста відзначили, що відчують себе мобільними, активними, залученими в життя міста і за бажання можуть відвідувати культурні заходи, що проводяться в центрі міста, спілкуватися з рідними та друзями, тому що мешкають поблизу транспортних артерій міста. Для них потенційна територіальна мобільність є і ознакою високого соціального статусу. І це не дивно, бо розвиток великих міст пов'язаний з об'єктивною потребою концентрації та інтеграції різних форм виробничої та інтелектуальної діяльності, інтенсифікацією наукової і культурної комунікації, що суттєво впливають на індивідуальні стратегії мобільності городян.

За результатами здійснених нами теоретичних та емпіричних досліджень територіальної мобільної поведінки був здійснений її типологічний аналіз, зокрема виокремлено такі її типи:

1. Реально активний тип. Притаманний респондентам, що мають бажання, готовність до зміни місця перебування у визначених просторово-часових координатах та мають для цього можливості. Для респондентів цього типу характерним є наявність досвіду перебування за кордоном у недавньому минулому (туризм, навчання, робота, стажування), планування наступних переміщень.

2. Потенційно активний тип. Притаманний респондентам, що мають бажання до зміни місця перебування, їх готовність до цього визначається вивченням іноземних мов, підготовкою належних документів тощо.

3. Невизначені. Респонденти не визначились у власних бажаннях щодо зміни місця перебування. Вони не були за кордоном і не планують зміни в своєму територіальному розташуванні.

4. Пасивний тип. Притаманний тим, хто тією чи іншою мірою задоволений місцем проживання та відпочинку, роботою, рівнем життя, тому не збирається нічого змінювати.

5. Вимушено активний тип. Притаманний тим, для кого територіальна мобільність є вимушеним кроком, хто змінив свій життєвий уклад під впливом певних обставин.

Аналізуючи дані проведених досліджень, можна констатувати: більшість респондентів належать до четвертого, пасивного (34%), та третього (27%) типів мобільної поведінки. Здійснений нами типологічний аналіз мобільної поведінки харків'ян дає підстави говорити про досить високий відсоток фактично стабільного населення. Але невідзначеними залишається характер та структура територіальної мобільності респондентів, які належать до реально, вимушено і потенційно активних типів і разом обіймають 38%. Потребує подальшого аналізу і дослідження еміграції працездатного населення, визначення об'єктивних та суб'єктивних чинників, що впливають на трудову міграцію всіх вікових груп та молоді зокрема.

Характеризуючи територіальну мобільність як споживання простору, треба підкреслити: результати дослідження підтвердили ще одну гіпотезу щодо ієрархії цінностей молоді, що подорожує або планує пересування за кордон. Респонденти – представники молодого покоління – споживають не тільки матеріальні та культурні цінності країн, а і цінності демократичного суспільства, акцентують свою увагу на наявності гарантованого захисту прав і свобод людини, високому рівні свободи особистості західних країн. Основними цінностями для цієї групи молоді виявилися такі: свобода прийняття рішень, свобода пересування та необхідність творчого самовираження. Але такі риси, як відповідальність, правова дисципліна та самоорганізація, творчість, не розглядаються ними як необхідні для особистості. 76% респондентів вірять, що членство в ЄС принесе Україні економічне процвітання, забезпечить більш високий рівень життя і поліпшить умови для працевлаштування.

Висновки. Можна зробити висновок, що концептуалізація в соціологічному дискурсі категорії «територіальна мобільність» потребує подальшого системного аналізу. Це має актуальність як для теоретичного аналізу, так і для вироблення практичних рекомендацій для управління процесами територіального переміщення громадян України. Сьогодні концептуалізація поняття територіальної мобільності відбувається шляхом взаємозв'язку його з більш широкими теоріями соціальних змін, а також з урахуванням досліджень цілого ряду соціальних наукових дисциплін. Причому соціальні трансформації виступають як центральні категорії, що полегшує розуміння складності, взаємозв'язку і багаторівневості територіальної мобільності в контексті швидких глобальних змін.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України. Міграційний рух населення. Україна. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Ионцев В.А. Международная миграция населения: теория и история изучения. Москва, 1999.
3. Коваліско Н.В. Типи мобільної поведінки у контексті регіонального ринку праці. Проблеми розвитку соціологічної теорії: матеріали першої Всеукраїнської

соц. конференції / Соц. асоціація України, Ін-т соціології України. Київ, 2007. С. 269–273.

4. Мэсси Д. Синтетическая теория международной миграции. Мир в зеркале международной миграции: научная серия: Международная миграция населения / Гл. ред. В.А. Ионцев. Вып.10. Москва, 2002

5. Фромм, Эрих Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть? / Пер. с англ. Киев : Ника-Центр, 1998. 400 с.

6. Юдина Т.Н. Социология миграции : учебное пособие для вузов. Москва : Академический Проект, 2006. 272 с.

7. Urry J. (2006). The new mobilities paradigm. Environment and Planning A, 38, 207–226.

Григорьева С. В., Шепеленко И. П. Территориальная мобильность: методологические предпосылки социологического исследования

Рассматриваются теоретические основы и методологические предпосылки исследования территориальной мобильности. Обосновывается специфика социологического подхода к исследованию типов мобильного поведения, субъектов территориальной мобильности, анализируются факторы, влияющие на территориальную мобильность наиболее активной социальной группы – молодежи. Сегодня разработка методологии интегрированного изучения территориальной мобильности становится необходимостью, поскольку раскрывает наиболее общие закономерности и тенденции развития территориальной мобильности.

Целью статьи является теоретическое обоснование понятия «территориальная мобильность» в социологическом дискурсе. Презентация основного материала. Территориальная мобильность – это практическое выражение явных и скрытых социально-экономических и социально-психологических процессов, характерных для конкретного сообщества и его определенных сегментов. Поэтому основные проблемы, которые необходимо решить, видятся в следующих действиях: во-первых, необходимо определить субъектов территориальной мобильности и социальных групп, которые являются активными или потенциально мобильными; во-вторых, необходимо выявить факторы, способствующие социальной мобильности; в-третьих, классифицировать территориальную мобильность по ряду основных причин, в-четвертых, выявить актуальность познавательной ценности категории «территориальная мобильность» для социологической теории и социальной практики.

В нашем анализе мы опираемся на теорию социального действия М. Вебера и Т. Парсонса, теорию мобильности Дж. Урри, социальное поле и социальные изменения П. Штомпки и положения гуманистического психоанализа Э. Фромма.

В статье представлены результаты прикладного социологического исследования, проведенного авторами в 2018 году. Исследование подтвердило ориентацию студенческой молодежи на работу, учебу и стажировку за рубежом, большинство респондентов ориентированы на потребление уже установленных демократических ценностей, материалов и духовные ресурсы западного общества. Основными ценностями для этой группы молодых людей были: свобода принятия решений, свобода передвижения и необходимость творческого самовыражения. Более того, такие особенности, как

ответственность, правовая дисциплина и самоорганизация, креативность, не рассматриваются ими как необходимые человеку.

Ключевые слова: мобильность, социальная мобильность, территориальная мобильность, миграция.

Ggrygoryeva S., Shepelenko I. Territorial mobility: methodological background of sociological research

The theoretical foundations and methodological background of the study of territorial mobility are considered. The specificity of the sociological approach to the study of types of mobile behavior and the subjects of territorial mobility are justified, the factors affecting the territorial mobility of the most active social group, youth, are analyzed. Nowadays, development of a methodology for the integrated study of territorial mobility becomes a long-felt need as it will reveal the most general patterns and tendencies of territorial mobility development.

The purpose of the article is the theoretical justification of the concept “territorial mobility” in sociological discourse. Presentation of the main material. Territorial mobility is a practical expression of explicit and latent socio-economic and socio-psychological processes that are typical for a particular community and its certain segments. Therefore, the main problems to solve are seen in the following. Firstly, it is necessary to identify the subjects of territorial mobility and social groups that are actively or potentially mobile. Secondly, it is necessary to identify the factors that produce social mobility and define them. Thirdly, to classify territorial mobility on a number of basic grounds. Lastly, to identify the relevance of the cognitive value of the category “territorial mobility” for sociological theory and social practice.

In our analysis, we rely on the theory of social action by M. Weber and T. Parsons, J. Urry’s theory of mobility, the social field and social change by P. Szotompa and the provisions of humanistic psychoanalysis E. Fromm.

The article presents the results of applied sociological research conducted by the authors in 2018. The research confirmed the orientation of the student youth towards work, study and internship abroad, the majority of respondents are focused on the consumption of already established democratic values, material and spiritual resources of the western society. The main values for this group of young people were: freedom of decision-making, freedom of movement and the need for creative self-expression. Moreover, such features as responsibility, legal discipline and self-organization, creativity are not considered by them as necessary for a person.

Key words: mobility, social mobility, territorial mobility, migration.

УДК 316:305

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.8>

М. С. ХРУСТАЛЕВА, Ф. С. ХРУСТАЛЕВ

БУНТ ЖЕНЩИН: ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОТНОШЕНИИ К ПРОБЛЕМНЫМ АСПЕКТАМ СЕМЕЙНОЙ ЖИЗНИ

В статье на материалах эмпирического социологического исследования обсуждаются девиации социального института семьи в современном украинском обществе. Отмечено, что семья является важным социальным институтом, регулирующим реализацию репродуктивной функции человека. Но состояние этого института в современном обществе вызывает тревогу. Есть признаки кризиса в институте семьи. Чтобы лучше понять проблемные аспекты социального института семьи, следует проводить регулярный мониторинг общественного мнения по этому вопросу. Для выяснения реакции общества на семейные отклонения было проведено социологическое исследование социологической группы из Запорожского национального университета. Исследование проводилось в Запорожье, в июле 2018 г. Рассматривается отношение респондентов к таким семейным девиациям, как сознательный отказ от секса, сознательный отказ от родительства, сознательный отказ от семейной жизни, от регистрации брака и отношение к однополым бракам. Акцент делается на реакции женщин на данные проблемы.

Делается вывод, что среди женщин относительно меньше, чем среди мужчин, встречается осуждение семейных девиаций. В частности, утверждается, что женщины менее склонны выражать негативное отношение к отказу от секса, чем мужчины. Значение сексуальной стороны отношений для мужчин выше, чем для женщин. Восстание женщин проявляется в их стремлении подчеркнуть духовную, человеческую сторону женской природы в ответ на более выраженную биологическую сторону природы мужчин. Проблемным аспектом семейной жизни является желание отречься от детей. Женщины гораздо чаще протестуют против этого явления, чем мужчины. Большинство респондентов негативно относятся к сознательному отказу от семейной жизни. Но среди женщин существует тенденция осуждать это явление реже, чем среди мужчин. Большинство респондентов обоих полов негативно относятся к однополым бракам. Но женщинами однополые браки воспринимаются нейтрально заметно чаще, чем мужчинами. Кризис института семьи связан с особенностями постмодернистского общества.

Ключевые слова: семья, девиации, однополые браки, родительство, гендер, социологическое исследование.

Постановка проблемы. Семья является важным социальным институтом, упорядочивающим реализацию репродуктивной функции человека. Но состояние этого института в современном обще-

стве вызывает тревогу. Есть признаки кризиса института семьи. Для лучшего понимания проблемных аспектов социального института семьи следует проводить регулярный мониторинг общественного мнения по данной проблеме.

Задачи статьи – на эмпирическом материале рассмотреть гендерные аспекты некоторых семейных девиаций в современном украинском обществе.

Обзор литературы. Гендерную проблематику и вопросы социологии семьи рассматривают такие зарубежные ученые, как Э. Гидденс, Ш. Берн, Д. Майерс, Ф. Джеймс, К. Хорни, Д. Уэст, И. Кон, И. Клецина, Т.В. Бендас, А. Воронина, С. Фаррел, Т. Баранова, Ю. Алешина. Гендерные проблемы изучают такие украинские ученые, как В. Аверьянова, А. Валевский, Е. Гансова, А. Горошко, С. Дубенко, Б. Кравчук, В. Луговой, С. Майборода, Т. Мотренко, И. Надольный, В. Олуйко, А. Пойченко, В. Романов, С. Серегин, В. Тертичко, Ю. Шарова, А. Якубовский и другие.

Изложение основного материала. Для выяснения реакции общества на семейные девиации социологической группой Запорожского национального университета было проведено социологическое исследование. Исследование проходило в г. Запорожье в июле 2018 года. Выборку составили 117 человек в возрасте от 18 до 70 лет, из них 39% мужчины и 61% женщины. Выборка формировалась методом снежного кома, в нее вошло 13 студентов-психологов и 104 человека из их окружения. Исследование имеет пилотажный характер и может быть источником новых гипотез в рамках исследуемой темы.

Для исследования были выбраны следующие семейные девиации: сознательный отказ от секса, сознательный отказ от родительства, сознательный отказ от семейной жизни, от регистрации брака и отношение к однополым бракам.

Статистическая значимость различий проверялась методом Хи-квадрат. Так как исследование имеет поисковый характер, в статье рассмотрены результаты и с низким уровнем значимости статистических различий.

Рассмотрим такой вид девиации, который имеет прямое отношение к состоянию социального института семьи в реализации им репродуктивной функции, как сознательный отказ от секса. Респондентам был задан соответствующий вопрос. Результаты опроса приведены в таблице 1.

Как видно из таблицы, женщины реже выражают негативное отношение к отказу от секса, чем мужчины (73,2% и 80,4% соответственно) и заметно чаще выражают свое нейтральное отношение к этой стороне взаимоотношений (27% и 20% соответственно). Различия значимы на уровне $p=0,108$ (односторонняя).

Таблиця 1

Отношение респондентов к полному сознательному отказу от секса в зависимости от пола (в % к численности респондентов данного пола)

Отношение	Ваш пол		Итого
	мужчины	женщины	
Нейтральное	19,6%	26,8%	23,9%
Скорее негативное	8,7%	16,9%	13,7%
Негативное	71,7%	56,3%	62,4%

Из других источников известно, что для женщин важнее эмоциональная духовная составляющая отношений, чем телесная. Хотя последняя, конечно, тоже очень важна. Здесь речь идет о соотношении мнений по данной проблеме мужчин и женщин. Исследования показывают, что значимость сексуальной стороны отношений для мужчин выше, чем для женщин. Так, 64% мужчин и 36% женщин считают секс очень важной частью жизни [1]. В нашем исследовании эта разница меньше, но все же достаточно показательна. В данном случае бунт женщин проявляется в их стремлении подчеркнуть духовную, человеческую сторону женской природы, в ответ на более выраженную биологическую (животную) сторону природы мужчин. Социология дает возможность эмпирически обосновать данный тезис. Благодаря количественным данным утверждения о предпочтениях в отношениях мужчин и женщин носят не умозрительный характер, а приобретают статус доказанного социального факта.

Проблемным аспектом семейной жизни является сознательный отказ от родительства. В данном случае речь идет не об отказе от родительских прав, а об отказе стать родителем ребенка, о желании не иметь детей. В социологии категорией «родительство» обозначают «социально узаконенную связь, традиционно закреплённые социокультурные отношения между родителями (которыми являются отец и мать или кто-либо один из них) и детьми. Данные отношения и связи основаны на кровных семейно-брачных узах или могут быть установлены в результате усыновления (удочерения)». [3].

Сознательный отказ от родительства – это проявление семейной девиации. Такая девиация все чаще проявляется в современных семьях. Отказ от детей в современном постмодерном обществе имеет разные причины и становится предметом многочисленных исследований.

Рассмотрим, как данное явление проявляется в материалах данного исследования. Респондентам был задан вопрос об их отношении к сознательному отказу от родительства. Получены следующие данные (см. табл. 2).

Как видно из таблицы, в Украине девиация отказа от родительства встречается у большинства населения. Но женщины заметно чаще протестуют против данного явления. Здесь бунт женщин проявляется

в стремлении дать более жесткий, чем со стороны мужчин, отпор этой негативной тенденции, разрушающей основы семьи и общества.

Таблица 2

Отношение к сознательному отказу от родительства в зависимости от пола (в % к численности респондентов данного пола)

	Отношение	Ваш пол		Итого
		мужчины	женщины	
Сознательный отказ от родительства	Скорее позитивное		4,2%	2,6%
	Нейтральное	19,6%	9,9%	13,7%
	Скорее негативное	15,2%	8,5%	11,1%
	Негативное	65,2%	77,5%	72,6%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%

Но есть и другая сторона проблемы. Есть категория женщин, бунт которых проявляется в сознательном отказе от родительства, нежелании иметь детей. Как не удивительно, таких людей больше среди женщин, чем среди мужчин. Можно обратить внимание на данные приведенные в таблице 2, среди женщин поддерживают сознательный отказ от родительства 4%, а среди мужчин таких нет вообще. Различия значимы на уровне $p=0,07$ (односторонняя). Эти данные близки к международным показателям. Так, американский Национальный центр статистики здравоохранения утверждает, что «доля американских женщин детородного возраста, которые определяют себя как «добровольно бездетных», быстро растет: 2,4% в 1982 году, 4,3% в 1990 году, 6,6% в 1995 году» [2]. Это данные двадцатилетней давности. В настоящее время, по данным того же американского Национального Центра Статистики Здравоохранения, «ежегодно увеличивается процент женщин, сознательно не желающих иметь детей: на сегодняшний день до 25%» [2]. То, что характерно было для Америки двадцать лет назад, стало проявляться в Украине в настоящее время. Можно предположить, что с развитием общества и в Украине доля женщин, которые сознательно отказываются от родительства, увеличится, так как это произошло в Америке.

Мотив женщин, которые сознательно отказываются от родительства, в постмодерном обществе – это то, что по мнению таких женщин, дети мешают творческой самореализации. Если для традиционного общества самореализация женщины заключалась в рождении и воспитании детей, для современного общества самореализация женщин заключалась в равных правах с мужчиной, то для общества постмодерна самореализация женщин не предполагает наличие детей, так как они лишают женщину свободного времени, являются орудием символического и дисциплинарного насилия, ограничивают свободу и мешают наслаждаться новыми впечатлениями от путешествий, развлечений,

творчества. «Отсутствие детей – это привилегия развитого социума» утверждают социологи постмодерна [2].

По данным американских исследований больше склонны к отказу от родительства образованные и зажиточные женщины [2]. Эта тенденция проявляется и по данным наших исследований.

Распространённой девиацией в современном обществе является сознательный отказ от семейной жизни. Если раньше такой отказ был уделом небольшого числа людей, то в настоящее время это стало достаточно частым явлением. В данном исследовании респондентам был задан вопрос, как они относятся к сознательному отказу от семейной жизни. Результаты опроса приведены в таблице 3.

Таблица 3
Отношение к сознательному отказу от семейной жизни в зависимости от пола (в % к численности респондентов данного пола)

	Отношение	Ваш пол		Итого
		мужчины	женщины	
Сознательный отказ от семейной жизни	Скорее позитивное	2,2%	2,8%	2,6%
	Нейтральное	21,7%	25,4%	23,9%
	Скорее негативное	13,0%	16,9%	15,4%
	Негативное	63,0%	54,9%	58,1%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%

Как видно из таблицы, большинство респондентов отрицательно относятся к сознательному отказу от семейной жизни. Но среди женщин заметна тенденция осуждать это явление меньше, чем среди мужчин. Так, если условный индекс отрицательного отношения у мужчин 69,5 пункта, то среди женщин – 63,3. (Индекс рассчитывается как сумма половины процентов тех, кто отметил пункт «скорее негативно» и тех, кто отметил пункт «негативно»). Логика построения индекса исходит из соображения, что неполное отрицание может рассматриваться как «половина отрицания»).

Примечательно, что отказ от семейной жизни не встречает осуждения у большого числа людей. Нейтрально к этому относится четверть респондентов. Это не воспринимается многими как девиация, а считается нормальным, допустимым явлением. Отсутствие или снижение социального контроля, социальных санкций в виде осуждения, порицания тех, кто не желает создать семью, жить семейной жизнью является фактором, который способствует распространению данного явления. Человек без семьи уже не считается маргиналом. Если раньше такой образ жизни чаще был присущ мужчинам, то сейчас это характерно также и для женщин. Такая девиация считается нормой. «Нормальная девиация» приводит к дальнейшей ускоренности данного явления и изменяет моральные нормы семейной жизни.

Бунт современной женщины выражается в ее подспудном желании отказаться от семейной жизни. Разумеется, речь не идет о всех женщинах, напротив, подавляющее большинство женщин все же стремятся образовать семью. Но то, что среди женщин больше, чем среди мужчин, респондентов, которые нейтрально относятся к сознательному отказу от семейной жизни и меньше, чем мужчины осуждают это явление, отражает скрытую тягу к такому выбору, это признак зависти к тем, женщинам, которые позволяют себе жить без семьи, признак одобрения этой формы бунта женщин. Мотивами такого выбора являются такие же, как и в случае отказа от родительства. Но дополнительным мотивом является негативный опыт семейной жизни, трудности взаимоотношений с мужчинами, возможность самостоятельно материально обеспечить себя. Стремление к свободе обуславливает тягу современных женщин отказаться от семьи.

Распространённой «нормальной девиацией» в современном обществе является сознательный отказ от регистрации брака. Как относятся к этому явлению в Украине видно из данных таблицы 4.

Таблица 4

Отношение к сознательному отказу от регистрации брака в зависимости от пола (в % к численности респондентов данного пола)

	Отношение	Ваш пол		Итого
		мужчины	женщины	
Сознательный отказ от регистрации брака	Скорее позитивное		1,4%	0,9%
	Нейтральное	4,4%	1,4%	2,6%
	Скорее негативное	42,2%	39,4%	40,5%
	Негативное	13,3%	14,1%	13,8%
	Скорее позитивное	40,0%	43,7%	42,2%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%

К гражданскому браку практически одинаково относятся мужчины и женщины: нейтрально и позитивно относятся к этому виду отношений 46, 6% среди мужчин и 42, 2% среди женщин. Хотя считается, что в законном оформлении брака значительно больше заинтересованы женщины, а мужчины больше предпочитают гражданский брак. То, что на самом деле отношение к гражданскому браку у мужчин и женщин почти одинаковое говорит о новом статусе молодых женщин, которые, как и мужчины часто предпочитают гражданский брак. Причины этого уже отмечались выше и связаны со стремлением женщин к свободе, к желанию без препятствий осуществлять творческую, личностную самореализацию. То, что почти половина респондентов безразличны к гражданскому статусу брака говорит о сдвиге в общественном сознании современного общества. Для традиционного и даже для современного общества гражданский брак все-таки

был нежелателен и осуждался общественным мнением. Религия однозначно считает брак без регистрации блудом и категорически осуждает его. Но уровень секуляризации современного общества достаточно глубок, чтобы пренебрегать мнением церкви.

Пожалуй, самой опасной девиацией для социального института семьи является однополый брак. Считается, что современного высоко-развитого западного общества такой вид брака является обычной практикой и не рассматривается как девиация. Для нашего общества этот вид отношений между людьми однозначно осуждается большинством населения.

Конкретные данные об отношении к однополым бракам приведены в таблице 5.

Таблица 5

**Отношение к однополым бракам в зависимости от пола
(в % к численности респондентов данного пола)**

	Отношение	Ваш пол		Итого
		мужчины	женщины	
Однополые браки	Скорее позитивное	4,3%	4,2%	4,3%
	Нейтральное	19,6%	26,8%	23,9%
	Скорее негативное	10,9%	12,7%	12,0%
	Негативное	65,2%	56,3%	59,8%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%

Как видно из таблицы, большинство респондентов обоого пола негативно относятся к данной разновидности брака. Но для женщин однополые браки воспринимаются нейтрально заметно чаще, чем для мужчин (соответственно 27% и 20%). Бунт женщин в данном случае проявляется в том, что современные украинские женщины выглядят менее консервативными, чем мужчины и готовы чаще, чем мужчины считать однополые браки нормальным явлением. Среди образованных и зажиточных женщин чаще встречаются те, кто терпимо относится к однополым бракам. Это, кроме всего прочего, свидетельствует о том, что уровень цивилизованности женщин в целом выше, чем у мужчин.

Выводы. В статье на материалах эмпирического социологического исследования обсуждаются девиации социального института семьи в современном украинском обществе. Рассматривается отношение респондентов к таким семейным девиациям как сознательный отказ от секса, сознательный отказ от родительства, сознательный отказ от семейной жизни, от регистрации брака и отношение к однополым бракам. Акцент делается на реакции женщин на данные проблемы. Делается вывод, что среди женщин относительно меньше, чем среди мужчин встречается осуждение семейных девиаций. Это связывается с особенностями современного постмодерного общества.

Список использованной литературы

1. Сексуальный ликбез – что, как и почему. URL: <https://www.delfi.lv/woman/semja-otnosheniya/ljubov-sex/seksualnyj-likbez-cto-kak-i-pochemu?id=24343147&all=true>
 2. Чайлдфри. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Чайлдфри>
 3. Савинов Л. И. Социология родительства. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-roditelstva>
-

Хрустальова М. С., Хрустальов Ф. С. Бунт жінок: гендерні відмінності у ставленні до проблемних аспектів сімейного життя

У статті на матеріалах емпіричного соціологічного дослідження обговорюються девіації соціального інституту сім'ї в сучасному українському суспільстві. Зазначається, що сім'я є важливим соціальним інститутом, який регулює реалізацію репродуктивної функції людини. Але стан цієї установи в сучасному суспільстві насторожує. В інституті сім'ї є ознаки кризи. Для кращого розуміння проблемних аспектів соціального інституту сім'ї слід регулярно проводити моніторинг громадської думки з цього питання. Для з'ясування реакції суспільства на сімейні відхилення було проведено соціологічне дослідження соціологічної групи із Запорізького національного університету. Дослідження проводилось у Запоріжжі в липні 2018 р. Розглядається ставлення респондентів до таких сімейних девіацій, як свідома відмова від сексу, свідома відмова від батьківства, свідома відмова від сімейного життя, від реєстрації шлюбу і ставлення до одностатевих шлюбів. Акцент робиться на реакції жінок на ці проблеми.

Робиться висновок, що серед жінок відносно менше, ніж серед чоловіків, трапляється засудження сімейних девіацій. Зокрема, стверджується, що жінки рідше висловлюють негативне ставлення до відмови від сексу, ніж чоловіки. Важливістю сексуальної сторони стосунків для чоловіків вище, ніж для жінок. Повстання жінки виявляється у їхньому бажанні підкреслити духовну, людську сторону жіночої натури, у відповідь на більш виражену біологічну сторону природи чоловіків. Проблемним аспектом сімейного життя є бажання відречення від дітей. Жінки набагато частіше протестують проти цього явища, ніж чоловіки. Більшість опитаних негативно ставляться до свідомої відмови від сімейного життя. Але серед жінок є тенденція засуджувати це явище менше, ніж серед чоловіків. Більшість респондентів обох статей негативно ставляться до одностатевого шлюбу. Але для жінок одностатевого шлюбу сприймаються нейтрально помітно частіше, ніж для чоловіків. Криза інституту сім'ї пов'язана з особливостями постмодерного суспільства.

Ключові слова: сім'я, девіації, одностатеві шлюби, батьківство, гендер, соціологічне дослідження.

Khrustaliyova M., Khrustaliyov F. Women revolt: gender differences in attitude to the problematic aspects of family life

The article is based on empirical sociological research and discusses the deviations of the social institution of the family in modern Ukrainian society. It is noted that the family is an important social institution that regulates realization of the human reproductive function. But the status of this institution in modern society is alarming. There are signs of a crisis in the institution of the family. To better understand the problematic aspects of the social institution of the family, regular monitoring of public opinion on this issue should be carried out. To clarify

the reaction of society to family deviations was conducted a sociological study by a sociological group from Zaporizhia National University. The study was held in Zaporizhia in July 2018. The attitude of respondents to such family deviations as a conscious rejection of sex, a conscious abandonment of parenthood, a conscious abandonment of family life, marriage registration and attitude to same-sex marriage is considered. The emphasis is on the reaction of women to these problems.

It is concluded that among women is relatively less than among men, there is a condemnation of family deviations. In particular, it is argued that women are less likely to express negative attitudes toward refusing sex than men. Importance of the sexual side of relationships for men is higher than for women. The women revolt is manifested in their desire to emphasize the spiritual, human side of female nature, in response to the more pronounced biological side of the nature of men. A problematic aspect of family life is the desire of renouncement from children. Women are much more likely to protest against this phenomenon than men. Most of the respondents have a negative attitude to the conscious renunciation of family life. But among women there is a tendency to condemn this phenomenon less than among men. Most respondents of both genders are negative about same-sex marriage. But for women, same-sex marriages are perceived neutrally noticeably more often than for men. The crisis of the institution of the family is associated with the features of post-modern society.

Key words: *family, deviation, same-sex marriage, parenthood, gender, sociological research.*

УДК 316.74:37(477.64)

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.9>

Я. В. ЗОСЬКА

АНАЛІЗ ПОНЯТТЄВО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

У статті виявлено, що споживання є складним комплексом діяльності, який складається з технології споживання, споживчої діяльності та поведінки споживача.

Доведено, що споживання відбувається у свідомості споживача, тобто сторонній спостерігач не може оцінити споживача через етапи цього процесу, окрім зовнішніх проявів. Тому можна стверджувати, що поведінка є зовнішнім проявом процесу споживання, і саме тому соціологічний аналіз поведінки споживачів у вищій школі дозволяє описати не тільки природу діяльності, але і її зміну під впливом соціально-економічних факторів та культурних детермінант.

Доведено, що інститут освіти бере участь у відтворенні і розвитку соціальної структури суспільства, у здійсненні соціальної мобільності й професійного становлення його членів, у структурній перебудові виробництва, у передачі культури, цінностей, традицій і норм поведінки.

Встановлено, що використання можливостей декількох методик (LOV та частково VALS) дозволить розкрити структуру зміни потреб, інтересів і цінностей, стилів життя представників різних соціальних груп і спільнот, виявити їх суспільну природу й домінуючі тенденції транзитивного українського суспільства. Проаналізовано поведінку споживачів послуг вищої освіти, що дозволило визначити мотиваційну (потреби, інтереси, цілі, очікування, установки, запити) й ціннісну (цінності, оцінки, очікування) структуру споживання.

Встановлено, що крім задоволення потреби в пізнанні та розумінні, споживання послуг у системі вищої освіти може бути спрямоване на задоволення й інших потреб, таких як належність, любов, визнання, досягнення, репутація, престиж та повага інших, безпека, самоповага та самоактуалізація.

Ключові слова: споживання, освітні послуги, цінності, потреби, стиль життя, поведінка.

Вища освіта на сучасному етапі розвитку українського суспільства набула особливого значення, її визначна роль полягає у формуванні соціальної структури суспільства, соціалізації й професійному спрямуванні молоді, відтворенні, збереженні та розвитку інтелекту нації. Зміст і стан вищої освіти, її соціального інституту залежить від соціально-політичної, соціально-економічної, соціокультурної детермінації.

Для емпіричного дослідження умов формування ринку послуг вищої освіти, на нашу думку, доцільно було б розробити аналітичний інструментарій, що потребує пильного аналізу досліджуваних понять

[11, с. 112]. Оскільки поведінку споживачів різних товарів і послуг, насамперед освітніх, ми розглядаємо в логічному взаємозв'язку з поняттями «поведінка» і «споживання», для аналізу їх співвідношення з'ясуємо суть кількох підходів щодо їх визначення.

Метою статті є аналіз поняттєво-категоріального апарату дослідження споживання освітніх послуг.

Освіта як соціальний інститут і соціальні аспекти вищої освіти постійно привертала увагу соціологічної професійної спільноти (В. Астахова, І. Гавриленко, В. Городяненко, О. Скідін, П. Куделя, В. Луговий, М. Лукашевич, М. Руткевич, Б. Рубін, В. Шубкін). У вітчизняній соціології було сформовано базис досліджень, присвячених аналізу різноманітних поведінкових рис молоді й студентства (Л. Аза, В. Арбеніна, В. Бакіров, Є. Головаха, С. Макеев, Б. Нагорний, В. Ніколаєвський, Н. Победа, Л. Сокурянська, С. Оксамитна, О. Якуба).

Поведінка із задоволення потреб в освіті починається з порушення стану рівноваги. Почуття невдоволення своїм становищем у суспільстві чи занепокоєння щодо стабільного майбутнього порушує рівновагу людини. Для відновлення свого стану вона прагне здійснити ряд дій, спрямованих на зміцнення статусної позиції в соціальному просторі завдяки нарощуванню людського капіталу. Підвищення освітнього рівня сприяє накопиченню людського капіталу і визначенню соціальної позиції. Оскільки досягнення сприятливого стану стає можливим за наявності високого освітнього рівня, в українському суспільстві відзначено підвищений попит на послуги вищих навчальних закладів.

Під поведінкою П. Сорокін розумів сукупність вчинків, які, незважаючи на всю свою різnorodність, безпосередньо пов'язані зі здійснюваними діями [19, с. 53–60]. Тому можна відзначити, що поведінка споживачів, насамперед освітніх послуг, спрямована на досягнення мети.

Суттєве значення для нашого дослідження має структура поведінки, представлена В. Ядовим. Вона включає такі елементи, як поведінковий акт і вчинок (звична дія). Поведінковий акт розглядається вченим як специфічна реакція суб'єкта на актуальну предметну ситуацію, відгук на специфічні впливи зовнішнього середовища. Вчинок (звична дія), на думку В. Ядова, складається з поведінкових актів і є елементарною соціально-значимою одиницею поведінки. Мета вчинку – встановлення відповідності між найпростішою соціальною ситуацією та соціальною потребою (чи потребами) суб'єкта [22, с. 92–98]. Умовно за одиницю поведінки можна прийняти соціальний акт, вчинок, дію в процесі споживання освітніх послуг.

Споживання, згідно з визначенням В. Тарасенка, це багатofункціональна діяльність, у процесі якої відбувається задоволення потреб людей і доцільне використання речей і предметів [21, с. 10–11]. Споживання є складним комплексом діяльності, що складається з технології споживання, споживчої діяльності та поведінки споживача.

О. Донченко відзначає, що мотиви, інтереси і потреби зумовлюють активність споживачів. Споживання розуміється як форма соціальної діяльності, що інтегрує в собі спонукальний, виконавчий і поведінковий моменти активності особистості. У структуру споживання включені: потреби як його вихідний компонент-спонукач; предмети споживання; поведінка [10, с. 14, 25]. Поведінка розглядається як спосіб здійснення діяльності зі споживання.

Споживання відбувається у свідомості споживача, тобто сторонній спостерігач не може оцінювати проходження споживачем стадій цього процесу інакше, як за зовнішніми проявами. Отже, поведінка є зовнішнім проявом процесу споживання, тому соціологічний аналіз поведінки споживачів послуг у системі вищої освіти дозволяє описати не тільки характер діяльності, але і її зміну під впливом соціально-економічних факторів і культурних детермінант.

В. Тарасенко узагальнює і систематизує дослідницькі варіанти аналізу споживання в межах соціологічного підходу і виділяє такі: діяльнісний, системний, ціннісний, інституціональний, структурно-функціональний і стратифікаційний [21, с. 23].

Аналіз споживання освітніх послуг не можливий без виділення його елементів (структур), визначення їх місця і ролі (функцій) у цілісній взаємодії. Для цього необхідно застосувати структурно-функціональний підхід. У сучасній соціології в структурі споживання визначають наявність таких структур: мотиваційної (потреби, інтереси, цілі, очікування, настанови, запити); ціннісної (споживчі цінності, оцінки, споживчі очікування); діяльнісної; поведінкової (форми споживчої поведінки); матеріально-організаційної (підприємства сервісу, домашнє господарство; самодіяльні організації споживачів).

Однак вивчення лише структури споживання не дозволить розкрити багаторівневий характер і його цілісність. Це можливо завдяки діяльнісному підходу, оскільки особисте споживання представляє процес соціальної діяльності в єдності її загальних елементів: мета, засіб, результат.

Вивчаючи споживання освітніх послуг як процес соціальної діяльності, обов'язково виникає необхідність у розумінні суті ідеології процесу споживання, що виражає його ціннісний зміст і вироблений їм соціальний ефект. Саме ціннісний підхід спрямовано на дослідження ролі споживчих цінностей у мотиваційній системі поведінки споживачів, аналіз соціальної значущості і спрямованості споживання [17].

Вивчаючи тільки ідеологію особистого споживання, не можна виявити складну багатопланову структуру споживання у взаємодії різних груп споживачів. Саме тому для визначення причин прояву і реалізації різних ліній поведінки певних груп споживачів буде сприяти стратифікаційний підхід. Однак він не надає можливості розглядати споживання освітніх послуг як окремий соціальний інститут у єдності діяльності і відносин. Лише в межах інституціонального підходу

можливий розгляд споживання у вигляді особливого структурного компонента інституту освіти, соціальної діяльності й соціальної організації суспільства.

Важливе значення має системний підхід, що надає можливість проведення аналізу процесу споживання освітніх послуг як певного самостійного і цілісного компонента процесу освіти.

Споживання послуг вищої освіти в межах діяльнісного підходу виступає особливою формою соціальної діяльності, котра здійснюється різними способами і, відповідно, має різні типи поведінки споживачів. Предметом підходу є закономірності процесу споживання, а предметним полем нашого дослідження виступають принципи і технології, що визначають формування поведінки споживачів послуг у системі вищої освіти.

Згідно з Ф. Котлером, «поведінка споживача» – це процес прийняття рішень, під час якого визначається потреба в товарах або послугах, виявляються, оцінюються і вибираються конкретні постачальники чи марки товару з числа альтернативних [14, с. 179–189].

Наявність потреби – це передумова будь-якої діяльності, проте власне потреба не може додати діяльності визначеної спрямованості [21]. Тому аналіз потреб неминуче буде стикатися з аналізом мотивів, оскільки мотиви несуть у собі дійсну і змістовну характеристику потреб.

У наш час вивченню мотивів присвячено величезну кількість робіт, в яких мотиви визначають по-різному: апетит, потяги, імпульси, звички, навички, бажання, емоції тощо. Поведінка споживачів послуг у системі вищої освіти мотивована. В основу структури їх діяльності покладено ті ж мотиви, що й в основу інших соціальних дій: цілі, звички, традиції родини і найближчого оточення, цінності й інтереси суспільства (соціальних груп), афекти, імпульси, бажання, емоції, честолюбство, ідеали.

Мотивація в людини починається з появи стимулу, котрий може мати внутрішню (результат фізіологічних змін) і зовнішню природу (результат спостереження, сприйняття предметів споживання). Якщо стимул викликає розбіжність реального і бажаного стану людини, то відбувається усвідомлення потреби як її вихідного компонента-мети споживання.

У численних інтерпретаціях потребу визначають як властивість усього живого, що виражає первісну, вихідну форму активного, вибіркового ставлення до умов зовнішнього середовища. Формування потреб відбувається під впливом культури суспільства в результаті розвитку сфер життєдіяльності.

Розрізняють первинні і вторинні, біологічні і соціальні потреби. Залежно від сфери діяльності людини існують потреби праці, пізнання, спілкування, відпочинку тощо; залежно від об'єкта споживання – потреби матеріальні і духовні, етичні й естетичні. За суб'єктом

споживання визначають індивідуальні, групові, колективні, суспільні потреби [20, с. 254]. За ступенем раціональності споживання розрізняють розумні (раціональні) і ірраціональні потреби [8, с. 26].

А. Маслоу запропонував розглядати потреби особистості у вигляді ієрархії:

- фізіологічні базові потреби (позиви): голод, спрага, сексуальний потяг;

- потреба в безпеці і стабільності, залежності, захисті, потреба в структурі, порядку, законі, обмеженнях;

- потреба в приналежності і любові, родині, друзях;

- потреба у визнанні: потреби «досягнення» (відчуття власної значущості, компетентності, почуття волі, незалежності, впевненості); потреби в репутації і престижі, у завоюванні статусу, уваги, визнання, слави;

- потреба в самоактуалізації, самовтіленні, самореалізації.

Угорі знаходяться найбільш складні потреби в пізнанні й розумінні, естетичні потреби. В основі людських прагнень до знань лежать не тільки негативні детермінанти (тривога і страх), що виводять людину зі стану рівноваги, але і позитивні імпульси – інтерес, потреба в тлумаченні та розумінні. Говорячи про потреби в пізнанні, варто констатувати, що дуже часто їх не відрізняють від процесу навчання.

Задоволення власних потреб пов'язане з одержанням задоволення – в основу може бути покладений принцип граничної корисності чи одержання почуттєвої насолоди. На цій підставі виділяють утилітарні й гедоністичні потреби. Утилітарні пов'язані з об'єктивними характеристиками об'єкта споживання, його функціональним призначенням. Гедоністичні – із суб'єктивним сприйняттям товару (послуги), емоційними очікуваннями від споживання, а також з етичними аспектами. Насамперед вони пов'язані з задоволенням потреби в насолоді, задоволенні, зручності [1, с. 310]. Споживання послуг у системі вищої освіти пов'язано і з функціональним, і з почуттєвим очікуванням від задоволення потреби, тому вони мають як утилітарний, так і гедоністичний характер одночасно.

Потреби виникають і розвиваються в процесі життєдіяльності людини, демонструють прагнення людини до досягнення об'єктивно необхідних умов життя, що забезпечують певний добробут і всебічний розвиток особистості. Особливістю системи власних потреб є те, що всі вони не взаємозамінні. Так, задоволення потреби у вищій освіті (особливо на платній основі), не може виключити задоволення фізіологічних потреб, потреб у безпеці. А повне задоволення потреби в їжі не замінить необхідності задоволення потреби в житлі, одязі чи духовних потребах. Взаємозамінність може мати місце тільки по відношенню до конкретних предметів, що задовольняють окремі види потреб.

Необхідністю в розумінні потреб є визначення таких груп: фізичні, соціальні, духовні й інтелектуальні. Соціальні потреби виникають

у зв'язку з життєдіяльністю людини в суспільстві, формуються в процесі становлення людини як особистості, її розвитку як члена суспільства. До цієї групи можна віднести потреби в суспільній діяльності, самовираженні, спілкуванні з людьми, забезпеченні соціальних прав та інші.

Інтелектуальні потреби пов'язані з інтелектуальною діяльністю, розвитком і підвищенням інтелектуального рівня, формуються в процесі становлення людини як особистості. До інтелектуальних потреб відносять: потреби в пізнанні навколишнього світу, освіти, підвищенні кваліфікації, різних видах творчої діяльності.

Залежно від рівня конкретизації всі потреби поділяються на загальні і конкретні. Кожна загальна потреба, що визначається видом діяльності, може бути представлена кількома конкретними, зумовленими предметами споживання. З іншого боку, набір окремих конкретних потреб може скласти одну загальну. Наприклад, якщо розглядати споживання послуг у системі вищої освіти, то загальною потребою виступає здобуття освіти відповідного рівня. Конкретними потребами можуть виступати: здобуття вищої освіти у визначеному ВНЗ, за певною спеціальністю та з відповідним рівнем кваліфікації: «бакалавр», «магістр».

Частина потреб залишається незадоволеною через недостатній рівень розвитку економічної сфери суспільства, нестачу окремих предметів споживання, низький рівень прибутків споживачів. Так, потреба в здобутті вищої освіти може залишитися незадоволеною, оскільки вона без підкріплення споживача матеріальними ресурсами не оформиться як платоспроможна і, відповідно, залишиться незадоволеною (для платної освіти). Відповідно до соціально-економічного розвитку суспільства все більша частина незадоволених потреб задовольняється, але водночас з'являються нові незадоволені потреби.

Задоволення потреби в здобутті вищої освіти може розглядатися як нерациональна дія, якщо не задоволені основні фізіологічні потреби людини. Доцільність і раціональність одержання вищої освіти може бути поставлена під сумнів й у зв'язку з падінням віддачі від освіти, зумовленої кількома причинами. Потребу в здобутті освіти все частіше пов'язують не з придбанням «валізи знань», а з одержанням кваліфікації і відповідного диплома з урахуванням умов ринку праці й розвитку в ньому сектора дипломованих фахівців [9, с. 175–176, 337]. З погляду економічної доцільності інвестиції у одержання платної освіти ефект може бути мінімальним, оскільки різниця між заробітком високоосвіченої і неосвіченої людини може бути зведена до розходження в діяльності активної й пасивної людини. Поряд з цим здобуття вищої освіти (якщо не задоволені фізіологічні потреби) може розглядатися водночас і як раціональна дія, бо вона, по-перше, схвалена інформаційним суспільством; по-друге, дозволить збільшити культурний капітал; по-третє, може сприяти соціальній мобільності; по-четверте, відкриває можливості отримати в майбутньому зиск (спеціальність, посаду, соціальний статус, престиж).

Потреби більшістю людей не усвідомлюються або усвідомлюються частково. В основі поведінки – множинна мотивація, тобто жодна з базових потреб не стає єдиною. Так, поведінка споживачів послуг у системі вищої освіти спрямована не тільки на задоволення когнітивних потреб і не тільки допомагає адаптації людини в суспільстві, але й дозволяє задовольнити деякі базові потреби.

Так, споживання послуг у системі вищої освіти, окрім задоволення потреби в пізнанні й розумінні, може бути спрямоване на задоволення декількох потреб:

- у приналежності і любові – допомагають мати теплі, дружні відносини в групі високоосвічених людей, з високим статусом;

- у визнанні, що має такі вирази: у досягненні – формують почуття власної значущості, компетентності, незалежності і свободи в інформаційному суспільстві; у репутації, престижі й повазі оточуючих – дозволяють завойовувати статус, повагу, визнання [16, с. 340–341] та породжують почуття впевненості в собі;

- у безпеці – надають можливість зайняти своє місце в соціальній структурі суспільства, забезпечити себе роботою і заробітком, сталістю й упорядкуванням повсякденного життя, запобігти страху та занепокоєнню;

- у самоповазі й самоактуалізації – допомагають реалізувати прагнення до актуалізації закладених здібностей і їх вираження; презентують стиль життя, соціальне положення, матеріальний стан.

Формування потреб людини відбувається під впливом соціуму. Усі потреби людини, як вищі, так і нижчі, мають суспільну природу, оскільки її діяльність, опосередкована суспільними умовами життя, і об'єкти діяльності, з'являються в процесі суспільної праці. Т. Парсонс відзначав, що людина як соціальний діяч у процесі життєдіяльності вступає у взаємодію із середовищем, яке має системний характер. Соціальна система також має визначені потреби, задоволення яких необхідно як з погляду відносин між соціальною системою і її середовищем, так і з погляду внутрішнього функціонування системи. Т. Парсонс визначив чотири функціональних потреби (відомих як AGIL): адаптація – потреба співвіднесення з навколишнім середовищем під час використання її ресурсів; ціледосягнення – формулювання завдань, окреслених перед системою; інтеграція – підтримка внутрішнього порядку; підтримка латентного зразку – вироблення мотивації для виконання завдань [16]. Для задоволення кожної з цих функціональних потреб складаються групи й підсистеми дій. Таким чином, соціальна взаємодія має багаторівневу структуру, де кожен елемент і підсистема для свого виживання задовольняє ці чотири функціональні потреби.

Для розуміння поведінки споживачів, у тому числі й послуг вищої освіти, важливе знання систем соціальної взаємодії та особливостей їх функціонування. Споживаючи освітні послуги, людина як представник суспільства (певної його групи) окреслює перед собою мету –

одержати визначений рівень освіти та координує її згідно із загальною метою соціальної спільноти. При цьому людина піклується про свою адаптацію в соціальному просторі й інтеграцію у визначенні такої соціальної страти, як середній клас. Достатньою мотивацією для споживача освітніх послуг можуть виступати потреби, інтереси, цінності і культура суспільства, соціальних груп.

Соціальна взаємодія людини в процесі споживання освітніх послуг ілюструє суспільну природу її потреб і тісний взаємозв'язок її поведінки із суспільними умовами життя. Так, задоволення потреби в здобутті освіти членами суспільства певним чином пов'язане із задоволенням потреби суспільства в стабільності. Соціальний інститут освіти, що реалізує основні функції, сприяє стабільності суспільства, його соціальному розвиткові завдяки оформленню організаційної структури і впливає на всі сфери життя суспільства. Роль освіти полягає не тільки в розширенні знань про життєві умови, соціалізацію членів суспільства, але й у наданні необмежених можливостей у пізнанні [15, с. 14]. Мета освіти може розглядатися як «оснащення» членів суспільства навичками самостійного існування в реальному світі – здібностями заробляти гроші (з позицій економістів). Отже, інститут освіти бере участь у відтворенні і розвитку соціальної структури суспільства, у здійсненні соціальної мобільності й професійного становлення його членів, у структурній перебудові виробництва, у передачі культури, цінностей, традицій і норм поведінки.

Особливу роль у задоволенні потреб суспільства виконує система вищої освіти. Система освіти в університетах задовольняє кілька потреб суспільства одночасно: продукування професіоналів; соціалізація його членів (забезпечує засвоєння ними цінностей, норм своєї соціальної групи); виробництво й передачу професійного знання; регулювання ринків професійних послуг через видачу дипломів і сертифікатів; легітимацію професійного знання [4, с. 34–46].

Інтереси передусім спрямовані на соціальні об'єкти: для одних це «законні домагання» на сформований рівень споживання, для інших – прагнення до якісної зміни умов життя. Виходить, що в інтересах відображається соціальний стан індивідів, що й зумовлює їх роль як найважливіших зовнішніх спонукальних стимулів дії. Оскільки єдність інтересів спільноти визначається насамперед соціально-економічним становищем тих, хто входить до її складу, ми можемо скласти уявлення про структуру інтересів різних соціальних груп.

Інтерес суспільства в освіті його членів має і економічну, і соціальну природу. Економічний інтерес виявляється в забезпеченні загального добробуту членів суспільства, що можливо в соціально розвиненому суспільстві з високою організаційною структурою. Для формування і регулювання соціальної структури необхідно професійне становлення молоді, а також рівний доступ до освіти [13] з метою вертикальної мобільності сходами соціальної ієрархії. Під час

перебігу процесу ускладнення структури суспільства варто забезпечити безперервну освіту, перепідготовку й підвищення кваліфікації його членів. Тому соціальний інтерес постіндустріального суспільства полягає в становленні і розвитку його структури, у розгляді освіти як соціокультурного фактору. У процесі соціалізації культура і її символи засвоюються зростаючим поколінням. У процесі морального і правового виховання освоюються соціальні норми. Освіта формує амбіції і прагнення зайняти високу позицію чи статус.

Отже, ідеологічні, соціально-економічні і духовні інтереси членів суспільства формуються під впливом сім'ї, соціальних груп, системи виховання, освіти, релігії, ідеології. Інтереси споживача своєю чергою це безпосереднє відображення стилю життя певної спільноти, в якому відбито результат взаємного впливу економічних, соціальних та культурних чинників. Життєвий стиль відображає не тільки єдність інтересів, але й схожість думок, типові форми поведінки та діяльності представників означеної групи. Тому аналіз формування ринків повинен стикатися з дослідженням стилів життя споживачів й фокусувати увагу на діяльності, інтересах та думках.

Єдність інтересів і подібність думок, практики споживання і, як наслідок, стилю життя знаходиться не тільки під впливом соціальних груп, але й багато в чому залежить від культури, цінностей [12]. Так, вища освіта має велике значення не тільки для представників середнього класу, але й для тих, хто намагається співвіднести себе з цим класом і розглядає цінність здобуття вищої освіти як забезпечення вертикальної соціальної мобільності (наближення до середнього класу).

Цінність в одержанні вищої освіти для більшості українців може розглядатися з погляду реалізації їх інтересів у збільшенні культурного капіталу, досягненні визначеного статусу, престижу й становища в суспільстві, покращення добробуту.

Ставлення особистості до цінностей покладено в основу поняття «ціннісні орієнтації». Згідно з типовим визначенням – це «соціальні цінності, які особистість розподіляє і які виступають цілями дій та основних засобів їх досягнення, вони є найважливішим фактором, що регулює та детермінує мотивацію особистості» [20, с. 403].

Цінності можуть бути персональними й соціальними. Соціальні цінності – ті, що визнає група, детермінують «нормальну» поведінку в суспільстві. Соціальні цінності впливають на формування персональних цінностей, які своєю чергою визначають «нормальну» поведінку для індивідуума [3, с. 705; 6, с. 232]. Персональні цінності споживача по відношенню до досягнень і задоволень можуть, наприклад, визначати, у якій пропорції він поділяє свій час між професійним розвитком і розвагами. Таким чином, персональні цінності відображають вибір ціннісних орієнтацій людини з існуючих ціннісних систем. У своїй практичній діяльності людина, зіштовхуючись з необхідністю

оцінювання, використовує умовну шкалу цінностей, яка існує у її свідомості як класифікатор (ментальна структура). Цінності завжди можна впорядкувати за допомогою сформованої умовної шкали, що має протилежні полюси. За допомогою цієї шкали людина структурує навколишній світ, розкладає предмети і явища за критерієм їх цінності (корисності). У результаті відбувається конструювання соціальної реальності за допомогою цієї ментальної структури – шкали цінностей. Використання знання про персональні цінності в дослідженнях поведінки споживачів уможливує проведення аналізу структури населення за гомогенними групами та визначити їх відношення до загальних систем цінностей.

Цінності виступають важливими регуляторами поведінки людей у всіх сферах, у тому числі й у споживанні послуг вищої освіти. Соціологи і маркетологи в практиці проведення досліджень споживачів застосовують методiku оцінки впливу цінностей Д. Хокінса, Р. Беста і К. Коні, які виділяють такі типи цінностей, як орієнтовані на інших, на середовище, на себе [2]. Така методика дозволяє виявити спрямованість поведінки споживачів послуг у системі освіти, її залежність від суспільного визнання та оцінки.

Поряд з цим активно використовується методика опису цінностей (LOV), що створена вченими Мічиганського університету на теоретичній базі А. Маслоу та М. Рокіча. Її активно застосовують для опису впливу таких цінностей, як: 1) самоповага; 2) безпека; 3) теплі відносини з людьми; 4) відчуття завершеності; 5) самореалізація; 6) відчуття приналежності; 7) повага з боку оточення; 8) розвага та задоволення в житті; 9) натхнення. За цією методикою споживачів можна диференціювати за двома категоріями відповідно до спрямованості їх дій на внутрішній (номери 1, 3, 4, 5, 8, 9 переліку цінностей) або зовнішній фокус (номери 6, 7, 2). Визначені цінності можуть бути втілені в життя через міжособові стосунки (номери 6, 3), особистісні фактори (номери 1, 5, 7) чи завдяки особистим речам (номери 2, 4, 8, 9).

Зміна соціальної практики веде до зміни цінностей, тому що вони мають конкретно-історичний характер. Окрім того, у межах одного суспільства, того ж самого часу є різні субкультури, які можуть мати різні, а то й протилежні цінності. Дослідження їх змісту є важливим для розуміння трансформації суспільства, його сфер діяльності, а також для розкриття механізмів регуляції поведінки споживачів.

Цінності пов'язані як з формуванням цілей, так і з вибором шляхів їх досягнення – саме це відзначив у своїй методиці дослідження М. Рокіч, розділивши цінності на термінальні, пов'язані з кінцевими станами, до яких прагне людина, та інструментальні, що характеризують шляхи досягнення кінцевих станів [5]. Таке дослідження наближує до розуміння загальноприйнятих цінностей, сенсу життя та прийнятних зразків поведінки, але формування гомогенних груп та обґрунтування їх дій на підставі цієї методики досить ускладнено.

Аналіз соціальної поведінки, що визначається потребами, інтересами, демонструє певний стиль життя та водночас узгоджується з цінностями, дозволяє зробити сучасна методика – VALS, VALS2 [1]. Вона описує зв'язок цінностей і стилів життя й дозволяє провести аналіз рівня задоволення потреб за пірамідою А. Маслоу (це може надати інформацію про сукупний обсяг капіталу особистості) та орієнтованості дій споживачів (їх рівень залежності від оточення).

Соціальна поведінка визначається потребами і пов'язана з інтересами, цінностями та множиною зовнішніх соціальних факторів. Так, В. Ядов відзначав роль соціокультурних детермінант у регулюванні соціальної поведінки і приділяв особливу увагу настановам (диспозиціям). Настамова – це схильність до дії як деякий стан психіки індивіда. Важливість її розгляду визначається тим, що існує залежність настанов від соціокультурного середовища і нерозривний зв'язок між ними [18]. Дослідник виділяв чотири рівні регуляції соціальної поведінки особистості. Нижчий рівень – це настанови, що регулюють найпростіші реакції суб'єкта на актуальну предметну ситуацію. Другий рівень утворюють соціальні настанови – особистість виробляє визначене ставлення до соціальних об'єктів на основі трьох компонентів: емоційного, когнітивного й поведінкового. Третій рівень – базові соціальні настанови, які характеризують загальну спрямованість інтересів особистості на область діяльності і формуються на основі складних соціальних потреб. Четвертий рівень утворює система ціннісних орієнтацій, пов'язаних з вищими цілями життєдіяльності індивіда, його потребами.

Таким чином, ми відзначаємо, що ціннісні орієнтації регулюють цілісність поведінки, усю діяльність людини в найбільш значимих ситуаціях її соціальної активності. Варто погодитися з думкою В. Бакірова про велике значення цінностей для аналізу поведінки споживачів, оскільки цінність як регулятор соціальної поведінки виникає лише тоді, коли предмет реально цікавить людину, визначає цілі її діяльності, підштовхує до визначених дій [7]. До того ж цінності виявляють свою значущість уже на стадії усвідомлення потреби, а також використовуються на стадії формування споживачем критеріїв оцінки.

Таким чином, поведінка споживача є зовнішнім проявом діяльності по споживанню і розглядається лише як спосіб здійснення. Необхідною передумовою будь-якої діяльності є наявність потреби як внутрішнього стимулу. В основу діяльності покладено систему потреб, пов'язану із взаємодією функціональних структур складного організму людини. Формування потреб відбувається під впливом культури суспільства й у результаті розвитку різних сфер життєдіяльності. Отже, потреби мають суспільну природу.

Мотивація представляється як процес вибору між різними діями, процес, що регулює і спрямовує дію на досягнення специфічних

цільових станів, що підтримує цю спрямованість і визначення предметів діяльності, які задовольняють потребу людини. Мотиви невидимі, вони формуються в процесі індивідуального розвитку як відносно стійкі оцінні установки.

Висновки. Цінності як елемент культури займають особливе місце у формуванні поведінки – виступають регулятором поведінки, обмежують або розширюють можливість набору потреб людини як істоти соціальної, надають значення і зміст предметам споживання. За допомогою шкали цінностей людина структурує навколишній світ за принципом корисності предметів і явищ.

Дослідження й аналіз поведінки споживачів дозволить розкрити динамічну структуру зміни потреб, інтересів і цінностей представників різних соціальних груп і спільнот, виявити суспільну природу і домінуючі тенденції. Методичний базис для проведення дослідження має велику кількість різновидів, що вимагає від дослідників критичного ставлення до них та адекватної селекції згідно з окресленим колом завдань, спонукає до поєднання декількох запропонованих методик, зокрема LOV та частково VALS, та вимагає від дослідника комплексного їх використання.

Становлення ринкових відносин, стабілізація економічної та соціальної сфер суспільства, призвели до трансформації структури суспільства і, як наслідок, до еволюції поведінки споживачів. Таким чином, активно формується високий попит на вищу освіту. Це сприяє більш активному впливу освіти на соціальну структуру суспільства, зокрема інтенсифікує соціальну мобільність населення.

Список використаної літератури

1. Endgel J.F., Blackwell R.D., Miniard P. W Consumer Behavior. 8-th ed. The Dryzen Press, 1995. 951 p.
2. Hawkins D.I., Best R.J., Coney K.A. Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy. 5-th ed. IRWIN, 1995. 649 p.
3. Mowen J.C. Consumer Behavior. 4-th ed. Macmillan Publishing Co., 1995. 862 p.
4. Parsons T. The Professions and Social Structure (1939) // Parsons T. Essays in Sociological Theory (Revised Edition). New-York The Free Press, 1966. P. 34–46.
5. Rokeach M. The open and clozed mind. New York : Basic Books. 1973.
6. Алешина Н.В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 1999. 384 с.
7. Бакиров В.С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. Харьков : Вища шк., 1988. 147 с.
8. Баранова Л.Я., Левин А. И. Потребности, доходы, потребление : Экон. словарь-справочник. Москва : Экономика, 1988. 351 с.
9. Большой толковый социологический словарь (Collins) / Сост. Д. Джери., Д. Джери. ; Пер. с англ. Н.Н. Марчук. Москва : Вече, АСТ, 2001. Т. 2 (П–Я). 528 с.
10. Донченко Е.А. Потребление и развитие личности (социально–психологический анализ). Київ : Наук. думка, 1982. 255 с.

11. Зоська Я.В. Анализ методики социо-психографического подхода исследования потребителей. *Социальные технологии*. Киев : ГУ «ЗИГМУ», 2004. Вип. 23. С. 110–118.
12. Жилина Л.Н. Потребности, культура потребления и ценностные ориентации. Москва : Мысль, 1988. 220 с.
13. Конституція України. Київ : Укр. центр правничих студій, 2006. 126 с.
14. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. В.Б. Боброва. Москва, 1996. 704 с.
15. Лукашевич М.П. Соціологія економіки. Київ : Каравела, 2005. 288 с.
16. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова, А.Д. Ковалева. Москва : Аспект Пресс, 1998. 271 с.
17. Ручка А.А. Ценностный подход в системе социологического знания. Київ : Наук. думка, 1987. 156 с.
18. Самоорегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред. В. А. Ядова. Ленинград : Наука. Ленингр. отд-ние, 1979. 264 с.
19. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. Москва : Политиздат, 1992. 543 с.
20. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / Ред. Г.В. Осипов. Москва : ИНФРА-М-НОРМА, 1998. 488 с.
21. Тарасенко В.И. Социология потребления: Методологические проблемы. Киев : Наук. думка, 1993. 168 с.
22. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности. *Методологические проблемы социальной психологии*. Москва, 1975. С. 92–98.

Зоська Я. В. Анализ понятийно-категориального аппарата исследования потребления образовательных услуг

В статье выявлено, что потребление является сложным комплексом деятельности, который состоит из технологии потребления, потребительской деятельности и поведения потребителя.

Доказано, что потребление происходит в сознании потребителя, то есть сторонний наблюдатель не может оценить потребителя на других этапах этого процесса, кроме как с помощью внешних проявлений. Таким образом, можно утверждать, что поведение является внешним проявлением процесса потребления, и поэтому социологический анализ поведения потребителей в высшем образовании позволяет нам описывать не только характер деятельности, но и ее изменение под влиянием социально-экономических факторов и культурных детерминант.

Доказано, что институт образования участвует в воспроизводстве и развитии социальной структуры общества, в осуществлении социальной мобильности и профессионального становления его членов, в структурной перестройке производства, в передаче культуры, ценностей, традиций и норм поведения.

Установлено, что использование возможностей нескольких методик (LOV и частично VALS) позволит раскрыть структуру изменения потребностей, интересов и ценностей, стилей жизни представителей различных социальных групп и сообществ, выявить их общественную природу и доминирующие тенденции транзитивного украинского общества. Проанализировано

поведение потребителей услуг высшего образования, который позволил определить мотивационную (потребности, интересы, цели, ожидания, установки, запросы) и ценностную (ценности, оценки, ожидания) структуру потребления.

Установлено, что помимо удовлетворения потребностей в познании и понимании, потребление услуг в системе высшего образования может быть направлено на удовлетворение и других потребностей: в принадлежности и любви; в признании, в достижениях; в репутации, престиже и уважении других; в безопасности; в самоуважении и самореализации.

Ключевые слова: потребление, образовательные услуги, ценности, потребности, образ жизни, поведение.

Zoska Ya. V. Analysis of the concept and categorial apparatus of education consumption of educational services

The article reveals that consumption is a complex set of activities that consists of consumption technology, consumer activity, and consumer behavior.

It has been proved that consumption occurs in the mind of the consumer, that is, a third party observer cannot evaluate the consumer through the stages of this process other than by external manifestations. Therefore, it can be argued that behavior is an external manifestation of the consumption process, and that is why a sociological analysis of consumer behavior in higher education allows us to describe not only the nature of the activity, but also its change under the influence of socio-economic factors and cultural determinants.

It is proved that the Institute of Education participates in the reproduction and development of the social structure of society, in the implementation of social mobility and professional formation of its members, in the structural restructuring of production, in the transfer of culture, values, traditions and norms of behavior.

It is established that the use of opportunities of several methods (LOV and partially VALS) will allow to reveal the structure of changing needs, interests and values, lifestyles of representatives of different social groups and communities, to reveal their social nature and dominant tendencies of transitive Ukrainian society. The behavior of consumers of higher education services is analyzed, which allowed to determine the motivational (needs, interests, goals, expectations, attitudes, requests) and value (values, assessments, expectations) structure of consumption.

It has been established that, in addition to meeting the need for cognition and understanding, the consumption of services in the higher education system can be directed to the satisfaction of several needs: belonging and love; in recognition of the following expressions: in achievement; in the reputation, prestige and respect of others; safe; in self-respect and self-actualization.

Key words: consumption, educational services, values, needs, lifestyle, behavior.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.023.5:304.3

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.10>

К. Г. МИХАЙЛЬОВА, Н. І. ШКУРАПЕТ

ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ СУЧАСНИХ ПІДЛІТКІВ У КОНТЕКСТІ ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННЯ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Стаття розкриває взаємозв'язок між дозвіллевими практиками сучасних підлітків та їх орієнтацією на здоровий спосіб життя. Актуальність статті зумовлена суперечністю між інституційним запитом суспільства на сучасне та фізично здорове покоління та поширеністю в ньому дозвілля, яке не сприяє збереженню здоров'я. На основі теоретико-методологічного базису (розкриття змісту понять «дозвілля», «здоров'я», «практика», «здоров'язбережувальна практика») і низки емпіричних досліджень показано домінування пасивних видів дозвіллевої діяльності над активними. Доведено, що провідними видами дозвілля сучасних підлітків є чат у соціальних мережах, прослуховування музики, зустріч з друзями, просто відпочинок тощо. Позитивним є те, що від 40% до 70% підлітків у різних підгрупах також практикують активні форми дозвілля. У статті підлітки згруповані в три підгрупи («активні», «творчі», «ті, що розважаються») за видами дозвіллевої діяльності, що переважають. Показано, що практики здорового способу життя характерні для перших двох підгруп. Виявлено також відмінності між підгрупами підлітків – «молодший» (14–15 років) та «старший» (16–17 років). На основі емпіричних даних показано, що «лідери» активніше займаються спортом, ретельніше обирають коло спілкування, яке активно впливає на пріоритети у їхньому способі життя. Продемонстровано, що сучасне соціальне середовище підлітків збільшує ризики шкоди здоров'ю, що вимагає формування в сім'ї та школі особистої якості опору підлітка. Особлива увага приділяється включенню підлітків в Інтернет-практику. Показано, що їх занурення в цю зону відповідає всеукраїнським тенденціям. Зроблено висновки, що більшість дозвіллевих заходів підлітків не сприяють підтримці здоров'я, що вимагає прийняття рішень на державному, регіональному, інституційному та інших рівнях суспільства.

***Ключові слова:** дозвілля, дозвіллеві практики, здоров'я, підлітки, здоровий спосіб життя.*

Постановка проблеми. Протягом останніх десятирічь спостерігається погіршення стану здоров'я дітей, особливо підліткового віку, що,

на наш погляд, зумовлено передусім соціально-економічними умовами їхньої життєдіяльності. Саме вони визначають спосіб життя особистості, який впливає на всі аспекти її життєдіяльності.

У суспільних науках, зокрема в соціології, для характеристики «умов і особливостей повсякденного життя людей у тому чи іншому суспільстві, прошарку, групі тощо» застосовується поняття «спосіб життя» (way of living) [20]. Тож категорія «спосіб життя» тісно пов'язана з повсякденністю, що передусім розглядається науковцями «як життя в цілому, усі життєві реалії, буденне, природне середовище, актуальне «тепер» і «тут» буття людини, що включає в себе весь спектр її особистісних виборів» [5].

Детермінованість впливу способу життя на здоров'я індивідууму підтверджена результатами багатьох досліджень [7; 11; 15; 26]. Ці дослідження доводять, що спосіб життя є певною мірою детермінантою стану здоров'я людини (виключаючи його біологічний складник). Але водночас беззаперечним є той факт, що для кожної соціальної групи соціальні контексти, які складають мозаїку способу життя, є особливими.

Говорячи про повсякденне життя такої соціально-демографічної групи, як підлітки, ми маємо на увазі два домінуючих типи повсякденних практик, а саме практики навчальної діяльності й дозвілля. Стосовно першого типу, то зазначимо, що школа, здійснюючи освітній процес, намагається сформувати мотивацію до обрання здоров'язберезливого характеру життєдіяльності, аксіологічне сприйняття власного здоров'я, регламентувати відповідні моделі поведінки. Іншими словами, сформувати звички, стереотипи поведінки, цінності, що будуть спрямовані на збереження здоров'я.

Щодо дозвілєвої діяльності підлітків, то вибір стратегій тут залежить від соціального оточення, що поряд зі школою включає такі компоненти, як сім'я та підліткові спільноти. Саме такий підхід представлено в роботах М. Вебера, Т. Веблена, П. Бурдьє, В. Бойчелюка та інших. Поряд з цим, як вважають М. Каплан, Дж. Келлі, Д. Половєня, І. Петрова, дозвілєві стратегії віддзеркалюють особисті прагнення, індивідуальне світосприйняття [3].

Проте слід зауважити, що спосіб життя, частиною прояву якого є дозвілєва сфера, визначається насамперед типом суспільства, яке на межі II і III тисячоліть, характеризується як «інформаційне». Теоретики сучасності розглядають його виключно як техногенне «з його пріоритетом інформаційних технологій, котрі є визначальними чинниками соціальних трансформацій» [6]. З точки зору Г. Маклюєна, «новітні технічні засоби формують нові суспільні запити й потреби, вони видозмінюють не тільки спосіб життєдіяльності людини та її повсякденні звички, а й моделі мислення та ціннісні орієнтації особистості [13, с. 70].

Екстраполюючи зазначене на дозвілєву сферу, можна стверджувати, що набуття суспільством рис інформаційного розширює

можливості дозволяла, пропонуючи нові форми та практики його організації, зокрема мережеві. Зважаючи на особливу схильність підлітків до впливу новітніх суспільних змін, на чому робив акцент ще Л. Виготський, соціально-психологічний портрет сучасного підлітка («Домівки» (“Homelanders”), «Покоління Батьківщини» (“Homeland Generation”) або «Нове мовчазне покоління» (“New Silent Generation”), «Покоління Z» (“Generation Z”) суттєво відрізняється від їх однолітків 70–80-х років минулого століття [21, с. 50]. Так, «представники цифрової генерації» проводять значну кількість часу в мережі «інтернет», віртуалізують соціальні комунікації. Вони прагнуть утвердити свій власний спосіб життя, відмінний від дитячого та дорослого, що має прояви, зокрема, у дозвіллевій сфері життєдіяльності.

Поряд з цим, зміни, що потребують нової якості людини, її вільне включення у технологічні та цифрові процеси, мають і негативні наслідки, які відбиваються, в тому числі і на здоров'ї людини.

Спираючись на статистичні дані про стан здоров'я сучасних підлітків, можна стверджувати, що обрані ними форми дозволя здебільшого не відповідають здоровому способу життя [23; 24; 25, с. 49].

Тож виникає суперечність між інституційним запитом суспільства на сучасне і водночас фізично здорове підростаюче покоління та домінуванням пасивних форм дозволя підлітків, що не сприяють здоров'язбереженню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До розгляду проблеми здорового способу життя долучалися науковці з педагогіки, психології, соціології, серед яких В. Толстих, О. Здравомислов, А. Харчев, В. Келле, О. Вакуленко, І. Бесгужев-Лада, Т. Кириченко, Ю. Лісцин, С. Свириденко, Л. Сушенко та ін. Дослідженню сфери дозволя присвятили свої наукові праці такі дослідники, як В. Андрущенко, Н. Бабенко, В. Бочелюк, А. Єрмоленко, О. Ковтун, М. Култасва, В. Піча, О. Семашко, В. Подкопаєв, Н. Цимбалюк та інші. Дозвіллевій практиці підлітків розглянуто в наукових роботах вітчизняних соціологів В. Арбеніної, О. Балакіревої, Т. Бондар, М. Бровко, Н. Давидової, О. Василенко, О. Сакович, С. Сальнікова, Л. Сокурянської, І. Сушицької та інші.

Попри наявні теоретичні та емпіричні дослідження підліткового дозволя, бракує напрацювань щодо встановлення зв'язку між обранням сучасними підлітками, зокрема старшокласниками, дозвіллевих практик та здоров'язбережувальною спрямованістю їх способу життя, що зумовило дослідницький інтерес до окресленої в статті проблематики.

Мета статті – виявити особливості дозвіллевих практик сучасних підлітків мегаполісу, з'ясувати зв'язок між їхніми дозвіллевими практиками та здоров'язбережувальною спрямованістю їх способу життя.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення мети статті уточнимо понятійно-категоріальний апарат окресленої проблематики. По-перше,

це феномен дозвілля. Етимологічно слово «дозвілля», англійською “leisure” («дозвіл»), латинською “ligere” («бути вільним») французькою “loisir” (вільний час) означає свободу дій. В Оксфордському словнику наведено декілька значень цього поняття [14]:

- 1) можливість, надана вільним часом, щоб щось зробити;
- 2) свобода робити щось специфічне;
- 3) можливості, що відкриваються поза сферою професійної діяльності;
- 4) можливість розпоряджатися часом на свій розсуд.

У науковій літературі представлені різні інтерпретації поняття «дозвілля». Так, в «Енциклопедії сучасної України» дозвілля визначається як «сукупність видів діяльності (занять), які здійснюються у вільний час для задоволення певних фізичних, інтелектуальних, соціальних і культурних потреб» [17]. У словнику з соціології надається таке визначення: «Дозвілля – та частина вільного часу (воно є частиною позаробочого часу), яким людина розпоряджається на свій розсуд. Дозвілля входить як складова частина в категорію «вільний час», який своєю чергою виступає частиною позавиробничого часу. Останнє включає: час на домашню працю і самообслуговування, час на сон та їжу, час на пересування до місця роботи і назад, вільний час, що витрачається на навчання, виховання, громадську діяльність. Дозвілля – це діяльність заради власного задоволення, розваги, самовдосконалення або досягнення інших цілей за власним вибором, а не з причини матеріальної необхідності. Дозвілля – це діяльність, якою люди займаються просто тому, що вона їм подобається» [10, с. 37–38]. За визначенням Б. Бриліна, дозвілля це «частина вільного часу, використання якого пов’язане з активним освоєнням культурних цінностей, розважальною діяльністю та фізичною активністю» [4, с. 75]. З точки зору С. Паркера, «дозвілля – час, вільний від роботи та інших обов’язків, який може бути використаний як для релаксації і розваг, так і для досягнень всебічного розвитку особистості [16]. Становить інтерес також визначення дозвілля як форми діяльності, що відображає суб’єктність особистості і виражається в певних стратегіях дозвіллевої поведінки [9].

Як свідчить аналіз наукової літератури, феномен дозвілля розглядається як у вузькому значенні слова – відпочинок і розваги, так і в більш широкому – окрім перерахованих, ще творча, любительська діяльність, заняття фізкультурою і спортом [18]. У наукових статтях деяких авторів, зокрема О. Семашко, В. Піча, Н. Цимбалюк, Ю. Яковенко, дозвілля не ототожнюється з вільним часом, бо кожне з даних явищ має особливості. Проте найчастіше дозвілля й вільний розглядаються як взаємозамінні. В контексті нашого дослідження ми будемо дотримуватися цієї точки зору.

Наступним концептом, яким ми будемо оперувати, є дозвіллеві практики. Саме поняття «практики» широко застосовується в різних сферах людської діяльності, проте його суть полягає в «діях» індивідууму чи

соціальних груп. У контексті нашого дослідження заслуговує на увагу визначення, наведене Л. Агамір'ян, що відображає положення теорії практик П. Бурдє та Е. Гідденса: «Практики – хабітуалізовані (узвичаєні) дії особистості у певній сфері її діяльності» [2]. Тож під дозволевими практиками науковець розуміє «хабітуалізовані дії особистості у сфері дозволля, які зумовлюються її ціннісним ставленням до вільного часу, а також нормами дозволлевої діяльності, поширеними як у її безпосередньому оточенні, так і в суспільстві в цілому» [2].

Така інтерпретація дозволевих практик підкреслює, з одного боку, їх індивідуалізований характер, а з іншого – їхню детермінованість соціальним контекстом (нормами, стереотипами, традиціями, культурою тощо).

У такій конотації дозволеві практики можуть бути спрямовані на [12, с. 6–7]:

- відновлення життєвих сил підлітка (прогулянки, спорт, ігри та інше, що укріплює здоров'я);

- підвищення ерудиції, залучення до духовних цінностей (все те, що розвиває пізнавальну діяльність – відвідування театрів, виставок, перегляд фільмів та цікавих телепередач, подорожі, читання літератури тощо);

- розвиток духовних сил та потреб, активної творчої позиції (науково-дослідницька діяльність, художньо-театральна, технічна, спортивно-ігрова, трудова, прикладна діяльність, суспільна діяльність);

- реалізація потреби в спілкуванні (вечори зустрічей, танці, дискотеки, вечірки, творчі об'єднання, клуби, гуртки). З погляду на особливості сучасних підлітків це можуть бути такі форми як дебютні клуби, флешмоби, квести, творчі об'єднання, творчі майданчики, а також он-лайн спілкування в групах, походи до торгівельно-розважальних центрів тощо);

- творче навчання для розвитку навичок організації дозволля (конкурси, заклади відпочинку, школи лідерства).

Проте підлітками можуть бути обрані й інші види дозволля, зокрема пасивний відпочинок, антисоціальне дозволля тощо. Не слід ігнорувати і факт віртуалізації деяких форм дозволля, які можуть мати як позитивну, так і негативну конотацію.

Проблематика нашого дослідження передбачає співвіднесення дозволевих практик та здоров'язбережувальної діяльності підлітків.

Зазначимо, що в науковій літературі здоров'я розглядається як «стан повного фізичного, духовного (психічного) та соціального благополуччя, а не тільки відсутність хвороб і фізичних дефектів» [22]. Збереження здоров'я означає діяльність індивіду з попередження погіршення його природного потенціалу здоров'я. Це, окрім занять фізкультурою, спортом, загартовування, збалансованого харчування, формування звичок безпечної для здоров'я поведінки, може бути чітке дотримання режиму відпочинку, домінування активних форм дозволля,

відмова від куріння та вживання алкогольних напоїв, дозування роботи з гаджетами, оволодіння технологіями управління емоціями, духовне удосконалення тощо. Іншими словами – дотримання здорового способу життя. У контексті нашого дослідження це означає припущення про те, що форми дозвілєвої діяльності мають корелювати зі здоров’язбережувальними практиками.

Результати емпіричних досліджень¹ дозволили дійти висновку, що сучасне покоління обирає пасивні форми дозвілля (дивись табл.1), що не відповідає здоров’язбережувальним процесам.

Таблиця 1
Найбільш поширені серед підлітків дозвілєві практики (ранг)

Ранг	Види занять у вільний час	
	Підлітки Немишлянського району м. Харкова	Міські підлітки Харківської області [1]
1	Спілкування в соціальних мережах	Спілкування в соціальних мережах
2	Прослуховування музичних записів	Прослуховування музичних записів
3	Просто відпочинок	Просто відпочинок
4	Зустрічі з друзями, знайомими, прийом і відвідування гостей	Зустрічі з друзями, знайомими, прийом і відвідування гостей
5	Самоосвіта	Самоосвіта
6	Прибирання квартири	Спорт та спортивні ігри
7	Вивчення іноземних мов	Прибирання квартири
8	Активний відпочинок	Перегляд телевізійних передач
9	Спорт та спортивні ігри	Прогулянки по місту, читання художньої літератури
10	Прогулянки по місту	

Як демонструє аналіз, перші п’ять рангових місць посідають саме пасивні форми дозвілля, а найбільш розповсюдженими дозвілєвими практиками є «спілкування в соціальних мережах», «прослуховування музики», «просто відпочинок», «зустрічі з друзями, прийом та відвідування гостей», «самоосвітня діяльність». Ці види дозвілєвих практик,

¹ Соціологічне дослідження, здійснене Українським інститутом соціальних досліджень в межах міжнародного проекту HBSC «Здоров’я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» (2018 р., опитано 13337 учнів та студентів України) [18].

Міжнародне соціологічне дослідження «Молодь на пограниччях Центральної та Східної Європи», проведено за кураторством в Україні проф. Сокурянської Л. Г. та проф. Щюдло С. А. (2015 р., опитано 1220 учнів України прикордонних областей).

Авторське он-лайн опитування підлітків Немишлянського району м. Харкова щодо обрання ними дозвілєвих практик й відповідності їх здоров’язбережувальній спрямованості способу життя (опитано 362 учня 14-17 років. Із них 60 % дівчата, 40 % - юнаки; підлітків 14-15 років – 75 %, 16-17 років – 25 %).

незалежно від корисності, стають такими, що не сприяють здоров'язбереженню. Крім того, 60% респондентів серед усіх видів дозвіллевих практик обирають пасивний відпочинок, що, на наш погляд, є також захисною реакцією на інформаційне та психологічне перевантаження. Це теж має певний вплив на стан здоров'я підлітків.

Такі види занять, які укріплюють здоров'я («спорт та спортивні ігри», «активний відпочинок»), обирають від 40% до 70% підлітків. Серед підлітків Немишлянського району «спорт та спортивні ігри» мають лише 9 рангове місце, але більш затребуваними, ніж у міських підлітків в цілому, є такі активні форми відпочинку, як велосипедні прогулянки, катання на роликах, скейтбординг, різного роду вуличні квести.

Водночас дослідження продемонстрували активне занурення підлітків у віртуальну реальність – близько 90% регулярно спілкуються в мережі Інтернет, майже третина опитаних щоденно грають в комп'ютері. «Більшість дітей та підлітків витрачають на ігри на комп'ютері, планшеті (наприклад iPad), смартфоні або іншому електронному пристрої, так само, як і для таких цілей, як домашня робота, відправлення повідомлень електронною поштою, у Twitter, Facebook, спілкування в чатах і використання Інтернету, від півгодини до двох годин на день. У вихідні дні зайнятість такими видами проведення вільного часу зростає до 3–4–5 і навіть понад 6 годин на день. Натомість у вихідні дні з метою виконання домашньої роботи, відправлення повідомлень електронною поштою, у Twitter, Facebook, спілкування в чатах і використання Інтернету електронними пристроями (комп'ютером, планшетом, смартфоном) у вільний час із періодичністю понад 6–7 годин на день користуються майже кожен шостий підліток (17,6%). При цьому переважають серед них дівчата (20,0% проти 15,2% хлопців). Користування електронними пристроями в такій кількості часу (понад 6 годин) і для таких цілей протягом тижня (особливо у вихідні дні) актуалізується для підлітків, чим старшим є їхній вік: від 6,8% серед 10-річних до понад 23% серед 16–17-річних, що пояснюється більшим контролем батьків над дітьми молодшого віку, порівняно зі старшим підлітковим віком» [18, с. 78]. Надмірне захоплення гаджетами за умов відсутності контролю, зокрема самоконтролю, не лише сприяє поширенню гіподинамії, а й різного роду захворювань, таких як розлади нервової системи, захворювання ока та постаті.

У ході дослідження ми співставили дозвіллеві стратегії 14–15 річних (А підгрупа) та 16–17 річних підлітків (Б підгрупа) для визначення місця активним формам дозвілля серед зазначених дозвіллевих занять, маючи гіпотезу про динамічність дозвіллевих практик. При цьому до активних форм ми віднесли такі: «спорт і спортивні ігри», «туризм, прогулянки за містом», «прогулянки по місту», «активний відпочинок».

Компаративний аналіз показав, що не зважаючи на те, що жоден із них не став домінуючим серед дозвіллевих стратегій підлітків, все ж

таки 16–17-ти річні школярі більшою мірою зорієнтовані на активне дозвілля, ніж 14–15-річні. Так серед старшої вікової групи підлітків (16–17 років) 71% тих, хто регулярно займається спортом (не рідше 3-х разів на тиждень), причому цей показник вище серед юнаків – 64,7% проти 55% із числа дівчат. Лише спортом із всіх активних видів дозвілля займається 11%, активно відпочивають – 7%, поєднують зазначені дозвіллі заняття 62% респондентів. Забезпечують фізичну активність лише за рахунок піших прогулянок та туризму 11% юнаків та дівчат даної вікової категорії. Тож фізично укріплюють своє здоров'я біля 80% респондентів

У молодшій віковій категорії регулярно займаються спортом 64% підлітків. При цьому лише спорт обирають – 19%, активний відпочинок – 13%, а поєднують ці два види дозвілля – 45% із числа усіх респондентів 14–15 років. Крім того, 6% школярів обирають лише «туризм, прогулянки за містом», «прогулянки по місту» із активних видів дозвілля. Підсумовуючи, можна стверджувати, що біля 70% 14–15-річних підлітків тією чи іншою мірою здійснюють активну фізичну діяльність.

Отже, приблизно 70–80% підлітків обирають дозвіллі практики, що спрямовані на підтримку фізичного здоров'я. Разом з тим майже 20–30% підлітків ігнорують активні форми дозвілля.

Таким чином, аналіз дозвіллевих практик демонструє достатньо протирічливий їх потенціал. З одного боку, домінують пасивні форми дозвілля, але приблизно у 70–80% підлітків вони співіснують з активними дозвіллевими практиками, що надає останнім певної якості компенсаторності першої групи.

Поряд з цим у ході дослідження ми намагалися з'ясувати розповсюдженість шкідливих звичок підлітків з різними домінуючими дозвіллевими практиками. Для цього ми виокремили три групи підлітків, в яких домінує та чи інша група дозвіллевої діяльності: «активний спосіб життя», «творчі» та «прихильники розваг». До першої групи нами віднесено тих, хто займається спортом, активно відпочиває, займається туризмом тощо. До другої тих, хто віддає перевагу художній та технічній творчості, суспільній діяльності, відвідуванню музеїв тощо. До третьої групи нами віднесено тих підлітків, у дозвіллевих практиках яких переважають відвідування дискотек, клубів, кафе, барів тощо. Аналіз за ними дозволив виявити певні розбіжності щодо реалізації здоров'язбережувальної життєвої стратегії. Так, найменший відсоток тих, хто палить – серед спортсменів (6%) та активно відпочиваючих (4%). Аналогічна картина серед тих, хто палить електронні сигарети (7% та 0% відповідно). Для порівняння, доля перших та других серед підлітків, які постійно відпочивають в барах, диско клубах – 14% та 13% відповідно.

Стосовно вживання слабоалкогольних та міцних напоїв, то серед респондентів, які систематично займаються спортом та активно відпо-

чивають, таких 18% і 4%, 15% і 11%, відповідно. Але серед тих, хто часто буває в дискотеках їх в рази більше – 41% та 46% відповідно.

Що стосується категорії підлітків, для яких домінуючими були такі дозвілєві заняття, як «художня творчість», «технічна творчість», «суспільна діяльність», то вони мало чим різняться від тих, хто займається спортом. Серед них немає школярів із досвідом вживання наркотиків, але такі є в їх дружньому оточенні (від 14 % до 17%). Більше вживають міцні напої респонденти, які дозволя присвячують суспільній діяльності. До речі, в їх оточенні більше половини з аналогічними уподобаннями. Взагалі серед друзів різних категорій підлітків досить багато тих, для кого шкідливі звички стали нормою життя (від 42% до 48%), що дає можливість зробити припущення про ризикований характер найближчого оточення підлітків з точки зору здоров'язберезувальних практик.

Звернення до детального аналізу цього припущення виявило, що характер впливу (здоров'язберезувальний чи руйнівний) однолітків та референтної групи, що простежується в таких дозвілєвих практиках, як «зустрічі з друзями, знайомими, прийом і відвідування гостей», «відвідування дискотек, клубів», «відвідування кафе, бару», зумовлений поведінковими стратегіями, ціннісними орієнтаціями, способами діяльності представників даного соціального оточення. В ході опитування з'ясувалось, що 73% респондентів молодшої вікової групи товаришують з особами, які палять, майже 70% – з тими, хто палить електронні сигарети, три чверті – хто вживає слабоалкогольні напої, майже 60% – вино та міцні напої, близько 20% – з тими, хто хоча б раз вживав наркотичні речовини, більше 35% мають в своєму оточенні осіб, які проявляли агресію по відношенню до інших.

Старша група респондентів, як свідчить дослідження, більш виважено обирає своє оточення. Так, до кола спілкування майже 40% підлітків входять особи, що палять звичайні сигарети, 35% – палять електронні сигарети, майже 50% та 40% – вживають слабоалкогольні та міцні напої відповідно, кожен десятий спілкується з тими, хто вживав наркотики, кожен п'ятий – хто агресивно поводився з іншими.

Тож соціальне оточення підлітків, що має своє віддзеркалення в дозвілєвій практиці – «зустрічі з друзями, знайомими, прийом і відвідування гостей» (4–5 рейтингове місце), примножує ризики здоров'я руйнівного характеру. Тож протистояти такому деструктивному впливу може особистісна опірність підлітків, що формується під впливом таких інституцій, як сім'я та освіта.

Окрему увагу у дослідженні було приділено агресивності в підлітковому середовищі. Незалежно від дозвілєвих занять, 12%–15% підлітків зазначили, що проявляли агресивні дії по відношенню до інших. Серед друзів цей показник вище – від 14% до 23%.

Викликає занепокоєння і стан духовного здоров'я підростаючого покоління. Відомо, що на духовність підлітка та його соціальне само-

почуття впливають такі види дозвіллевих занять, як читання художньої літератури, відвідування музеїв, театрів, концертів, відвідування кінотеатрів, художня творчість, технічна творчість, прослуховування музичних записів, зустрічі з друзями, знайомими, прийом і відвідування гостей, спілкування в соціальних мережах тощо. Як показали дослідження, перші п'ять із названих не популярні серед підлітків, особливо серед школярів 14–15 років. Так, «читання художньої літератури» посідає лише 13 рангове місце, а «відвідування музеїв, театрів, концертів» взагалі останнє – двадцять п'яте. Тож жодне із зазначених дозвіллевих занять не є домінуючим, тому їх вплив не є визначальним.

Разом з тим не можна ігнорувати факт заміни традиційних дозвіллевих практик новими способами задоволення потреб. Так, за результатами досліджень, слухають музику в Інтернеті 47,9% українського населення, дивляться фільми, серіали – 41,2%, дивляться фотографії, образотворчі матеріали відповідно 15,6% [20, с. 69]. Отже, відбувається трансформація дозвіллевих практик, активне перенесення їх в Інтернет-мережу, що полегшує просторову та фінансову доступність певних дозвіллевих занять, з одного боку, і в той же час відкриває вільний доступ до «агресивних форм культури», що, на наш погляд, й зумовлює високий рівень агресивності в підлітковому середовищі.

Висновки. Таким чином, в сучасному інформаційному суспільстві домінують пасивні форми відпочинку, що призводить до поширення ряду соматичних розладів, пов'язаних з гіподинамією. Серед сучасних підлітків можна виокремити три групи відповідно до їхніх провідних дозвіллевих практик: ті, що ведуть активний спосіб життя, творчі та прихильники розваг. Як продемонстрував аналіз, підлітки першої групи, які обирають такі форми дозвілля, як «спорт та спортивні ігри», «активний відпочинок» тощо, більшою мірою дотримуються здорового способу життя. Найменш здоров'язбережувальні дозвільні практики характерні для «прихильників розваг». Значний вплив на вибір здоров'язбережувальних або ризкогенних практик здійснює оточення підлітків, яке на сьогоднішній день не є таким, що орієнтовано на здоров'язбереження. Саме тому виникає потреба в активному впливі школи в цьому напрямку. Слід також зазначити, що підлітки 14–15 років більш схильні до ризикової відносно здоров'я поведінки, що потребує впровадження загальнодержавних просвітницьких програм з популяризації форм здорового активного дозвілля.

Список використаної літератури

1. Агамир'ян Л. В. Досуговые пракики как фактор социализации городских и сельских подростков. *Вестник Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина*. Серия «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2015. №35. С. 92–98.

2. Агамір'ян Л.В. Творчі дозвіллеві практики сучасної підліткової молоді: специфіка, функції, прояви. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-3-66-2018/>

tvorchi-dozvillievi-praktiki-suchasnoi-pidlitkovo-i-molodi-specifika-funkcii-projavi/ (дата звернення 14.09.2019).

3. Бойко О. П. Диференціація дозвіллевої поведінки в глобальному світі. *Філософія. Культура. Життя: міжвузівський зб. наук. праць*. Дніпропетровськ, 2010. Вип. 34. С. 14–21.

4. Брилін Б.А. Педагогічні проблеми організації вільного часу школярів. *Педагогіка і психологія*. 1996. № 4 (13). С. 72–78.

5. Герасимчук А.А., Палеха Ю.І., Шиян. О.М. Соціологія : [навч. посібник]. 4 -е вид., випр. й доп. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 246 с. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-189.html> (дата звернення 15.09.2019).

6. Дворецька Г. В. Соціологія. Навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2002. 472 с. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-8298.html> (дата звернення 17.10.2019).

7. Журавлева И. В. Здоровье подростков: социологический анализ. Москва : Изд-во Института социологии РАН, 2002. 240 с.

8. Кизименко Л.Д., Бедна Л.М. Словник-довідник соціального працівника. URL: <http://ipr.lp.edu.ua/Library/004/004.html> (дата звернення 21.09.2019).

9. Килимова Л.В., Ветрова О.А., Нишнианидзе О.О. Особенности организации досуговых практик в современных социокультурных условиях. URL: <https://www.km.ru/referats/335252-osobennosti-organizatsii-dosugovykh-praktik-v-sovremennykh-sotsiokulturnykh-usloviyakh> (дата звернення 18.09.2019).

10. Кравченко А.И. Социология: Словарь. Москва, 1997. 240 с.

11. Лисицин Ю.П. Общественное здоровье и здравоохранение: учебник для ВУЗов. Москва : ГЭОТАР-МЕД, 2002. 520 с.

12. Литвинова С.Н. Организация досуга детей и подростков. Методические разработки педагогов дополнительного образования. М., 2007.

13. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [пер. с англ.]. Москва : КАНОН-пресс-Ц, 2003. 464 с.

14. Оксфордський словник. URL: <http://uk.chipbuddy.eu/keyword/9622d08e2ec4f75330fcaee753aa81478d1cfea3> (дата звернення 15.09.2019).

15. Парфенова А.А., Проскурнина М.В., Цой В.С. Образ жизни и здоровье человека. Онлайн библиотека «Наука и философия». URL: http://www.tomb-raider6.narod.ru/lib/mm/materialy_2torogo_mezhdunarodnogo/ (дата звернення 16.09.2019).

16. Погрешаева Т.А. Вільний час людини в умовах трансформованого суспільства. Саратов : Изд-во СГУ, 2000. 146 с.

17. Ручка О.А. Дозвілля // Енциклопедія сучасної України URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=20509 (дата звернення 21.09.2019).

18. Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді : за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» : моногр. / О.М. Балакірева, Т.В. Бондар та ін. ; ЮНІСЕФ, ГО «Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О.Яременка». Київ : Поліграфічний центр «Фоліант», 2019. 127 с.

19. Стебинс Р.А. Вільний час : до оптимального стилю дозвілля (погляд з Канади). *Соціологічний журнал*. 2000. № 7. С. 64–73.

20. Танчин І. Соціологія : Навч. посіб. Львів : Укр. акад. друкарства, 2005. 360 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/572-sotsologiya-tanchin-I3.html> (дата звернення 22.09.2019).

21. Токарева Н. М., Шамне А. В., Макаренко Н. М. Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу. Кривий Ріг, 2014. 312 с.

22. Устав (Конституція) Всемирной Организации Здравоохранения. Всемирная Организация Здравоохранения: основные документы. Женева : ВОЗ, 1991.

23. Щорічна доповідь про стан здоров'я населення, санітарно-епідемічну ситуацію та результати діяльності системи охорони здоров'я України. 2015 рік. За ред. Шафранського В.В.; МОЗ України, ДУ «УІСД МОЗ України». Київ, 2016. 452 с.

24. Щорічна доповідь про стан здоров'я населення, санітарно-епідемічну ситуацію та результати діяльності системи охорони здоров'я України. 2016 рік. МОЗ України, ДУ «УІСД МОЗ України». Київ, 2017. 516 с.

25. Щорічна доповідь про стан здоров'я населення, санітарно-епідемічну ситуацію та результати діяльності системи охорони здоров'я України. 2017 рік. МОЗ України, ДУ «УІСД МОЗ України». Київ : МВЦ «Медінформ», 2018. 458 с.

26. Яковлева Н. В. Здоровьесберегающая деятельность как базовый жизненный метапроцесс. *Сетевой журнал*. 2013. № 1. С. 56–64.

Михайлева Е. Г., Шкурапет Н. И. Досуговые практики современных подростков в контексте здоровьесбережения: социологический анализ

Статья раскрывает взаимосвязь между досуговыми практиками современных подростков и их ориентацией на здоровый образ жизни. Актуальность статьи обусловлена противоречием между институциональным запросом общества к современному и физическому поколению и распространённостью в нём досуга, не способствующего поддержанию здоровья. На основе теоретико-методологического базиса (раскрывающего содержание понятий «досуг», «здоровье», «практика», «оздоровительные практики») и ряда эмпирических исследований показано преобладание пассивных видов досуговой деятельности над активными. Доказано, что ведущие виды досуга современных подростков – это общение в социальных сетях, прослушивание музыки, встречи с друзьями, просто отдых и так далее. Положительным моментом является то, что от 40% до 70% подростков в разных подгруппах также практикуют активные формы досуга. В статье подростки сгруппированы в три подгруппы («активные», «творческие», «развлекающиеся») по преобладающим видам досуговой деятельности. Показано, что практики здорового образа жизни характерны для первых двух подгрупп. Также были выявлены различия между подгруппами подростков – «младшими» (14–15 лет) и «старшими» (16–17 лет). На основании эмпирических данных показано, что «старшие» более активно занимаются спортом, более тщательно выбирают тот круг общения, который активно влияет на приоритеты в их образе жизни. Было продемонстрировано, что современная социальная среда подростков увеличивает риски вредного для здоровья характера, что требует формирования в семье и школе личностных качеств сопротивления подростков. Особое внимание уделяется включению подростков в интернет-практику. Показано, что их погружение в эту зону соответствует всеукраинским тенденциям. Сделаны выводы о том, что большинство видов досуга подростков в большинстве своем не способствуют поддержанию здоровья, что требует принятия решений на государственном, региональном, институциональном и других уровнях общества.

Ключевые слова: досуг, досуговые практики, здоровье, подростки, здоровый образ жизни.

Mykhaylyova K., Shkurapet N. Leisure practices of modern adolescent in the context of healthcare: a sociological analysis

The article reveals the relationship between leisure practices of modern adolescents and their orientation towards a healthy lifestyle. The relevance of the article is due to the contradiction between the institutional request of society for the modern and physically healthy generation and the prevalence of leisure activities in it that are not conducive to maintaining health. Based on the theoretical and methodological basis (disclosing the content of the concepts of “leisure”, “health”, “practice”, “health-saving practices”) and several empirical studies, the predominance of passive types of leisure activities over active ones is shown. It has been proven that the leading types of leisure activities of modern adolescents are chatting on social networks, listening to music, meeting friends, just relaxing, etc. The positive thing is that from 40% to 70% of adolescents in different subgroups also practice active forms leisure activities. In the article teenagers are grouped into three subgroups (“active”, “creative”, “having fun”) according to the prevailing types of leisure activities. It is shown that healthy lifestyle practices are characteristic of the first two subgroups. Differences were also revealed between the subgroups of adolescents – the “youngest” (14–15 years old) and the “older” (16–17 years old). Based on empirical data, it is shown that the “olders” are more active in sports, more carefully choose a circle of communication that actively affects priorities in their lifestyle. It has been demonstrated that the modern social environment of adolescents increases the risks of a health-damaging nature, which requires the formation in the family and school of the personal quality of the adolescent’s resistance. Special attention is paid to the inclusion of adolescents in Internet practice. It is shown that their immersion in this zone corresponds to all-Ukrainian trends. Conclusions have been drawn that most leisure activities of adolescents in the majority do not contribute to maintaining health, which requires decisions at the state, regional, institutional and other levels of society.

Key words: leisure, leisure practices, health, adolescents, healthy lifestyle.

УДК 364,013:35,077,2

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.11>

О. О. СИЗОНЕНКО, В. М. ПОПОВИЧ

ЕЛЕКТРОННІ ПОСЛУГИ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ І СОЦІАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У статті охарактеризовано створення ефективної системи соціального захисту шляхом впровадження електронних соціальних послуг. Розглянуто визначення електронного соціального обслуговування в рамках соціального захисту, яке повністю або частково надається через онлайн-сервіси установ соціального захисту та соціальних служб особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних обставинах. З'ясовано, що у формуванні та розвитку системи соціального захисту населення в Україні велику роль відіграє підхід, котрий відповідає європейській моделі соціальної політики, пов'язується із розвитком мережі закладів соціального обслуговування на рівні територіальних громад і впровадженням новітніх технологій надання соціальних технологій, в тому числі інформаційних. У статті проаналізовано можливість ефективної організації соціальних служб через онлайн-сервіси в системі соціального захисту та соціальні послуги населення в Україні. Встановлено, що система надання соціальних послуг – це складна, відкрита соціально-економічна система, яка складається з сукупності державних органів і недержавних організацій, діяльність яких спрямована на надання соціальних послуг особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних життєвих обставинах, не можуть самостійно їх подолати та потребують сторонньої допомоги.

Характеристики електронних соціальних послуг характеризуються як захисна діяльність відповідних суб'єктів господарювання, яка реалізується за допомогою інформаційно-телекомунікаційних технологій, надання послуг за запитом фізичної особи, що подається в електронному вигляді через онлайн-послуги суб'єкта надання соціальних послуг, надання послуг через повну або часткову інтеграцію соціальних послуг в Інтернет-простір забезпечує оперативність, доступність, зручність, мобільність отримання соціальних послуг.

Аналізуючи публікації з електронного врядування, виділено групи факторів, які перешкоджають впровадженню електронних послуг у систему соціального захисту населення: недостатність та недосконалість правового забезпечення, матеріально-технічного обладнання, бюджетного фінансування та кадрових ресурсів; відсутність або недостатня обізнаність, мотивація та наявність навичок серед населення для отримання соціальних послуг в Інтернеті.

Ключові слова: соціальний захист, соціальне обслуговування, соціальна послуга, електронне урядування, електронна послуга, електронна соціальна послуга.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Створення ефективної системи соціального захисту населення в Україні є одним з пріоритетних завдань соціальної політики держави, що передбачає модернізацію системи соціального обслуговування населення відповідно до нових соціально-економічних викликів, домінуючих потреб населення, розвитку інформаційного суспільства, що вимагає впровадження інноваційних технологій надання соціальних послуг, що базуються на поширенні і застосуванні методології електронного урядування і адміністрування.

Електронне урядування як нова методологія державного управління набуло сьогодні досить широкого поширення серед розвинутих світових країн. Як показує досвід європейських країн, надання електронних послуг: 1) сприяє доступності населення до публічної влади, 2) спрощує отримання адміністративних і соціальних послуг, 3) зменшує корупційні ризики в сфері державного управління, 4) формує соціальні практики відкритої взаємодії держави і суспільства. Саме тому проблеми, перспективи і напрями розвитку електронного урядування в Україні привертають увагу вітчизняних науковців, а на рівні державного управління створено Державне агентство з питань електронного урядування України і схвалено Концепцію розвитку електронного урядування в Україні до 2020 року.

Таким чином, можна констатувати наявність важливої наукової проблеми, яка полягає у суперечності між поширенням сучасних практик соціального захисту і соціального обслуговування в системі електронних послуг, які набули розповсюдження у найбільш розвинених суспільствах світу, з одного боку, та відсутності наявних знань щодо множинності форм, шляхів використання та механізмів реалізації соціального обслуговування в системі електронних послуг в сфері соціального захисту в Україні на сучасному етапі суспільних і технологічних перетворень, з іншого боку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, перспективи і напрями розвитку електронного урядування в Україні привертають увагу таких вітчизняних науковців, як М. Рошук, І. Поліщук, Ю. Солодко, О. Волох, О. Голубицький, М. Демкова, З. Павлишин, І. Кульчій, К. Кислюк, М. Ватковська, В. Коновал, С. Гнатюк, М. Швець та інші. Основою електронного урядування є надання адміністративних і соціальних послуг з боку державних органів управління, в тому числі і установ соціальної сфери. Перспективи поширення е-послуг в Україні вивчають такі вітчизняні вчені, як Н. Діденко, В. Полярна, В. Рябець, І. Тищенко, Н. Васильєва, Л. Требик, М. Любецька та інші, в працях яких висвітлюються правові, економічні, технологічні і соціокультурні аспекти запровадження системи надання електронних послуг, але можливість соціального обслуговування населення і соціальної роботи в он-лайн режимі майже не досліджена.

На різних аспектах соціального захисту і соціального обслуговування зосередили свої наукові розвідки О. Базилюк, В. Бех, В. Бідак,

В. Гошовська, В. Грушко, Т. Єфременко, М. Лукашевич, В. Мандибуба, О. Мачульська, Н. Мельник, В. Скуратівський, Ю. Сурмін, М. Туленков, В. Черняк, О. Яременко та інші. Загальним проблемам модернізації та розвитку сучасних установ соціального обслуговування присвячені праці таких українських вчених, як О. Безпалько, О. Іванова, І. Зверева, Н. Кабаченко, Л. Клос, Г. Коваль, О. Мартенко, О. Мартякова, І. Мигович, Н. Микитенко, Т. Семигіна, І. Стеблянко, С. Харченко тощо. Однак у спеціальній літературі приділяється недостатня увага дослідженню проблем впровадження системи надання електронних соціальних послуг. У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба в розробленні наукового обґрунтування концепції реформування системи соціального захисту населення і запровадження електронної системи надання соціальних послуг як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – окреслити проблемне поле впровадження електронних соціальних послуг у системі соціального захисту населення в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток українського суспільства в перехідний період, трансформація соціальної, економічної і політичної сфери суспільства передбачає модернізацію системи соціального захисту населення, що, по-перше, пов'язане із поступовим формуванням нової моделі соціальної політики неоліберального типу, по-друге – з децентралізацією системи державного управління, по-третє – з розширенням сфери взаємодії держави і громадянського суспільства, особливо в системі соціального захисту і надання соціальних послуг населенню і по-четверте – із поширенням нових інформаційно-комунікаційних технологій у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Термін «соціальний захист» вживається у Конституції України (ст. 46 та інші), у національному законодавстві та науковій літературі. Безумовно, сьогодні існує багато визначень поняття «соціальний захист», які певною мірою відображають його сутність. За визначенням В. Скуратівського та О. Палія, соціальний захист – це «комплекс організаційно-правових та економічних заходів, спрямованих на захист добробуту кожного члена суспільства в конкретних економічних умовах» [11, с. 92]. На організаційно-функціональному аспекті соціального захисту зосередив увагу П. Розанвалон, який, вивчаючи проблему соціального захисту, виділив три основні етапи процесу організації соціального захисту: «1) визначення тих соціальних груп, що потребують соціально-правового захисту з боку держави; 2) безпосередня юридична, статистична та адміністративна робота щодо встановлення специфічних прав кожної категорії населення й відповідної допомоги; 3) робота соціальних служб, які забезпечують ефективне функціонування системи соціального захисту» [10, с. 76]. Такий підхід визначає процесуальну сторону соціального захисту і, що важливо,

об'єктний аспект – визначення соціальних груп, які потребують соціальної підтримки.

Сьогодні в Україні реалізуються два основних підходи до формування і розвитку системи соціального захисту населення в Україні: перший підхід пов'язаний із старою системою пільг і соціальних виплат, малоефективною мережею закладів соціального обслуговування (насамперед державних), з традиційною домінуючою патерналістською роллю держави в соціальному забезпеченні (соціальні виплати та пільги є панівними формами соціального захисту в Україні); другий підхід відповідає європейській моделі соціальної політики, що пов'язується із розвитком мережі закладів соціального обслуговування на рівні територіальних громад і впровадженням новітніх технологій надання соціальних технологій, в тому числі інформаційних.

У вітчизняній літературі здійснювалися спроби конкретизувати суть соціального обслуговування різних категорій населення, визначаючи його як складову частину сучасної соціальної політики, принципово новий напрям соціального захисту населення [13, с. 76–79]. Наприклад, М. Буянова, відстоюючи юридично-правовий підхід, розглядає його як складову системи соціального забезпечення, основною функцією якого є надання переважно матеріальних послуг з метою запобігання або зниження негативних соціальних ризиків [3, с. 16–18]. К. Дубич зазначає, що соціальне обслуговування є формою надання соціальних послуг, визначаючи, що система надання соціальних послуг – це складна, відкрита соціально-економічна система, яка складається з сукупності державних органів і недержавних організацій, діяльність яких спрямована на надання соціальних послуг особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних життєвих обставинах, не можуть самостійно їх подолати та потребують сторонньої допомоги [6].

Як бачимо, науковці визначають соціальне обслуговування як процес надання соціальних послуг. Згідно із Законом України «Про соціальні послуги» під соціальним обслуговуванням розуміють систему соціальних заходів, яка передбачає сприяння, підтримку і послуги, що надають соціальні служби окремим особам чи групам населення для подолання або пом'якшення життєвих труднощів, підтримки їх соціального статусу та повноцінної життєдіяльності [7]. Причому соціальні послуги як основна категорія, що пояснює зміст соціального обслуговування і його мету, визначаються як комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги.

Загалом соціальне обслуговування може бути представлено як інститут, який є системою відкритого типу, має свої структурні елементи, особливості формування і функціонування, які організуються

та регулюються на соціальному рівні. Сьогодні необхідний перехід від традиційного інституту соціального обслуговування до сучасної його модифікації. Традиційний інститут соціального обслуговування – це здебільшого, інститут, який реалізує адаптивну і соціозахисну функцію, функцію соціалізації (ресоціалізації) через систему закладів соціального обслуговування і соціальної роботи. Сучасний інститут соціального обслуговування – це стратифікаційний інститут, який сприяє відтворенню соціуму методами сервісної соціалізації, поділу соціальних груп відповідно до потреб в соціальному обслуговуванні і рівнем соціальної суб'єктності, який реалізує свої функції через застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, серед яких в умовах розвитку інформаційного суспільства значну роль посідає надання електронних послуг (адміністративних чи соціальних). В сучасній теорії і практиці управління такі технології втілені в поняттях «електронний уряд» і «електронне урядування». Спробуємо коцептуалізувати зміст поняття «електронне урядування» в контексті його впровадження в системі соціального захисту і наданні соціальних послуг зокрема.

Вперше термін «електронний уряд» (e-government) було застосовано у 1997 році за ініціативою Національного наукового фонду США для визначення процесу адміністративної реформи на основі ідеології нового державного менеджменту та широкого впровадження ІКТ в державне управління, насамперед в органах виконавчої влади.

Згідно з прийнятим визначенням у Європейському Союзі [14], електронний уряд є застосуванням інформаційних і комунікаційних технологій у державному управлінні в поєднанні з організаційними змінами і новими навичками з метою підвищення якості державних послуг і демократичних процесів, зміцнення підтримки політики держави. А в Концепції розвитку електронного урядування в Україні надано таке визначення: «Електронне урядування – форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян [9].

На думку Ю. Соломко, е-урядування передбачає спосіб організації державної влади за допомогою систем локальних інформаційних мереж та сегментів глобальної інформаційної мережі, яка забезпечує роботу в режимі реального часу та робить максимально простим і доступним щоденне спілкування особи з органами влади, тобто будь-яка особа через інформаційно-комунікаційні технології може звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування для адміністративних послуг (електронних послуг) та будь-якої іншої інформації (zareєструвати юридичну особу, декларацію, отримати дозвіл, довідку, свідоцтво тощо). Це дасть змогу суб'єктам звернення

витрачати якнайменше часу на отримання адміністративних послуг, не стояти в чергах, а це своєю чергою сприятиме економії бюджетних коштів на адміністрування [12, с. 136]. О. Баранов вважає, що електронний уряд – це уряд, в якому вся сукупність як внутрішніх, так і зовнішніх зв'язків і процесів підтримується й забезпечується відповідними ІКТ. Необхідною умовою переходу до електронного уряду є широка інформатизація всіх процесів у звичайній діяльності міністерств, відомств, місцевих органів виконавчої влади, причому як внутрішніх, так і зовнішніх [1]. М. Вершинін визначив, що електронний уряд – це система інтерактивної взаємодії держави і громадян за допомогою інтернету, нова модель державного управління, яка перебудовує традиційні відносини громадян і владних структур [4].

Т. Нижній, проаналізувавши публікації щодо електронного урядування, виділив такі групи ознак і властивостей, що характеризують це поняття: 1) форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян; 2) оптимізація процесу надання адміністративно-соціальних послуг, політичної участі громадян у державній розбудові шляхом зміни внутрішніх і зовнішніх відносин за допомогою технічних засобів, Інтернету та сучасних засобів масової інформації; 3) система взаємодії органів державної влади з населенням, що будується на широкому застосуванні інформаційних технологій з метою підвищення доступності та якості державних послуг, зменшення строків їх надання, а також зниження адміністративного навантаження на громадян та організації щодо їх отримання; 4) електронне урядування є не лише модернізацією всієї системи державного управління, але й налагодженням активної взаємодії органів державної влади з громадянами за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; 5) використання інформаційних і комунікаційних технологій для підвищення ефективності, економічності та прозорості уряду та можливості громадського контролю над ним [8, с. 113].

Таким чином, можна зробити певні висновки щодо наведених визначень. По-перше, поняття «електронний уряд» і «електронне урядування» ототожнюються, хоча, на нашу думку, «електронне урядування» більш широке поняття і охоплює не тільки структурно-функціональний аспект, але й процесуально-технологічний; по-друге, ці поняття трактуються тільки в системі державного управління як взаємодія держави і суспільства; по-третє, електронне урядування здійснюється через застосування інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернету; по-четверте, електронне урядування здійснюється як надання електронних адміністративних і соціальних послуг, що в даному дослідженні набуває провідного значення.

У контексті розвитку електронного урядування в Україні найбільш поширеними послугами сьогодні є саме адміністративні, пов'язані із оформленням документів і отриманням інформації від органів державної влади і місцевого самоврядування [2; с. 12]. Щодо системи соціального захисту населення, то найбільше поширення набули такі соціальні послуги, як оформлення житлових субсидій, пільг, соціальних виплат, тобто здебільшого соціально-економічні послуги, і соціально-інформаційні послуги (інформація про діяльність закладів соціального захисту, працевлаштування тощо) [2]. Всі інші соціальні послуги (передбачені Законом України про соціальні послуги [7]) майже не охоплені і не забезпечені технологіями е-урядування. На нашу думку, це пов'язано з такими проблемами:

- відсутність науково-обґрунтованої методології надання електронних соціальних послуг, їх переліку, стандартизації, механізмів і соціальних суб'єктів їх надання;

- брак технологічного і технічного оснащення (доступ до мережі Інтернет, IT-забезпечення, комп'ютерна техніка тощо) закладів соціального захисту і соціального обслуговування населення;

- нерівномірний доступ до мережі Інтернет і сучасних комп'ютерних засобів окремих територій (наприклад, сільська місцевість) і категорій населення (пенсіонери, люди похилого віку, люди з обмеженими можливостями тощо);

- брак персоналу закладів соціального захисту для здійснення електронних і онлайн соціальних послуг (особливо в сфері інтерактивної взаємодії з клієнтом в онлайн-режимі);

- відсутність законодавчої бази, що регламентує механізм надання соціальних онлайн-сервісів.

Загалом можна виділити дві групи чинників, що перешкоджають впровадженню електронного урядування в систему соціального захисту і соціального обслуговування зокрема: (1) об'єктивні чинники (недостатність і недосконалість нормативно-правового забезпечення, матеріально-технічної оснащеності, бюджетного фінансування і кадрового забезпечення) і (2) суб'єктивні чинники (недостатність чи брак обізнаності, мотивації і наявності вмінь серед населення щодо отримання електронних чи онлайн соціальних послуг).

Отже, спробуємо надати робоче визначення поняття «електронна соціальна послуга», спираючись на трактування О. Берназюком електронної адміністративної послуги [2, с. 198]: електронна соціальна послуга – це соціальна послуга, яка повністю або частково надається за допомогою онлайн-сервісів закладів соціального захисту і соціального обслуговування населення особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних життєвих обставинах, не можуть самостійно їх подолати та потребують сторонньої допомоги. Електронна соціальна послуга характеризується такими ознаками: 1) є результатом соціозахисної діяльності відповідних суб'єктів, яка реалізується

за допомогою інформаційно-телекомунікаційних технологій; 2) надається за заявою фізичної особи, поданої в електронній формі через онлайн-сервіси суб'єкта надання соціальних послуг; 3) завдяки повній або частковій інтеграції соціальних послуг до онлайн-простору забезпечується оперативність, доступність, зручність, мобільність отримання соціальної послуги.

Висновки. Отже, головними умовами забезпечення ефективної організації соціальних послуг через онлайн-сервіси в системі соціального захисту населення є: 1) наявність можливостей (доступність) та бажання (зрозумілість, інформованість) отримувачів соціальних послуг отримувати відповідні соціальні послуги через онлайн-сервіси, належна інформатизація більшої (переважної) частини населення держави; 2) належна оснащеність суб'єктів надання соціальних послуг інформаційно-комунікаційними технологіями, програмним забезпеченням, що відповідає єдиним стандартам якості, має достатні технічні характеристики; 3) стандартизація і визначення обсягу, змісту і процедур соціальних послуг, які можуть бути надані через онлайн-сервіс установ соціального захисту і соціального обслуговування населення; 4) налагодження взаємодії між органами державної влади, місцевого самоврядування, суб'єктами надання соціальних послуг, що передбачає доступ відповідних суб'єктів до баз даних, сумісність інформаційно-комунікаційних систем різних суб'єктів надання соціальних послуг, що дає можливість для їх онлайн взаємодії; 5) наявність законодавчої бази, що регламентує механізм надання соціальних послуг через онлайн-сервіси.

Список використаної літератури

1. Баранов О. Електронний уряд в Україні? Буде! Коли? Дзеркало тижня. 2014. № 1 (376). 5-18 січня. URL: <http://www.zerkalonedeli.com> (дата звернення 14.09.2019).
2. Берназюк О. Адміністративні електронні послуги: поняття та умови впровадження в Україні. *Підприємництво, господарювання і право*. 2019. № 5. С. 196–199.
3. Буянова М.О., Кобзева С.И., Кондратьева З.А. Право социального обеспечения: учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : КНОРУС, 2013. 480 с.
4. Вершинин М. «Электронное правительство» в XXI веке. URL: <http://www.rgnews.spb.ru>. (дата обращения: 15.09.2019).
5. Грушко В.І. Пенсійна система України: навч. посіб. Київ : Вид-во АСТ, 2006. 231 с.
6. Дубич К.В. Сучасна система надання соціальних послуг України. *Державне управління*. 2015. № 3. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=821> (дата звернення 13.09.2019).
7. Закон України «Про соціальні послуги» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 45, ст.358. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=966-15> (дата звернення 10.09.2019).
8. Нижній Т.В. Теоретичні засади електронного урядування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 20. С. 112–116.

9. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 649-р від 20.09.2017 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 09.09.2019).

10. Розанваллон П. Новый социальный вопрос: Переосмысливая государство всеобщего благосостояния; [пер. с франц. К.Ю. Барановского, Л.А. Немовой]. Москва : Ad marginem, 1997. 188 с.

11. Скуратівський В.А., Палій О.М. Основи соціальної політики : навч. посіб. Київ : МАУП, 2002. 200 с.

12. Соломко Ю. Електронне урядування: поняття, сутність, принципи та напрями розвитку. *Ефективність державного управління*. 2018. Вип. 2(55). Ч. 1.

13. Сташків Б.І. Соціальне обслуговування у системі соціального забезпечення: правові питання. *Право України*. 2005. № 1. С. 76–79.

14. E-government Council of Europe URL: <http://www.coe.int/T/E/Com/Files/Themes/e-voting/definition.asp>. (дата звернення 09.09.2019).

Сизоненко О. А., Попович В. М. Електронні послуги в системі соціальної захисти і соціального обслуговування населення в Україні: постановка проблеми

В статті охарактеризовано створення ефективної системи соціальної захисти путем впровадження електронних соціальних послуг. Розглядається визначення електронного соціального сервісу в межах соціальної захисти, яке повністю або частково надається через онлайн-сервіси установ соціальної захисти і соціальних послуг окремим особам, окремим соціальним групам, які перебувають в складних умовах. Виявлено, що при формуванні і розвитку системи соціальної захисти населення в Україні велику роль грає підхід, який відповідає європейській моделі соціальної політики, пов'язаною з розвитком мережі установ соціального обслуговування на рівні територіальних громад і впровадженням новітніх технологій надання соціальних технологій, в тому числі інформаційних. В статті аналізується можливість ефективної організації соціальних сервісів через онлайн-сервіси в системі соціальної захисти населення і соціальних сервісах населення України. Встановлено, що система надання соціальних послуг – це складна, відкрита соціально-економічна система, що складається з сукупності державних органів і недержавних організацій, діяльність яких направлена на надання соціальних послуг особам, окремим соціальним групам, які перебувають в складних життєвих умовах, не можуть самостійно подолати труднощі і потребують сторонньої допомоги.

Характеристики електронних соціальних послуг характеризуються як захисна діяльність відповідних суб'єктів, яка здійснюється за допомогою інформаційних і телекомунікаційних технологій, надання послуг по запитові фізичної особи, надаються в електронному вигляді через онлайн-сервіси суб'єкта надання соціальних послуг. Надання послуг шляхом повної або часткової інтеграції соціальних послуг в онлайн-пространство забезпечує оперативність, доступність, зручність, мобільність отримання соціальних послуг.

Аналізуючи публікації по електронному управлінню, виділяються групи факторів, що перешкоджають впровадженню електронних послуг в систему

социальной защиты населения: недостаточность и несовершенство правовой поддержки, материально-технического оснащения, бюджетного финансирования и кадровых ресурсов; отсутствие или отсутствие осведомленности, мотивации и наличия навыков у населения для получения онлайн или онлайн социальных услуг.

Ключевые слова: социальная защита, социальное обслуживание, социальная услуга, электронное управление, электронная услуга, электронная социальная услуга.

Syzonenko O., Popovych V. Electronic services in the system of social protection and social service of the population in Ukraine: statement of the problem

The article describes the creation of an effective social protection system through the electronic social services introduction. It considers the electronic social service definition within the framework of social protection, which is fully or partially provided through the online services of social protection institutions and social services to individuals, individual social groups, who are in difficult circumstances. It has been found out that in the formation and development of the social protection system in Ukraine an important role is played by the approach, which corresponds to the European model of social policy, is associated with the development of a network of social service institutions at the territorial communities` level and the latest technologies` introduction for providing social technologies, in that information numbers. The article analyzes the possibility of social services effective organization through online services in the social protection system and social services of the population in Ukraine. It is established that the system of providing social services is a complex, open socio-economic system, consisting of a set of state bodies and non-governmental organizations whose activities are aimed at providing social services to persons, individual social groups who are in difficult life circumstances, cannot independently overcome them and need outside help.

The electronic social services characteristics are characterized as the protective activity of the respective entities, which is realized by means of information and telecommunication technologies, the service provision upon request of the individual, submitted electronically through the online services of the subject of the social services provision, the services` provision through full or partial integration of social services into the online space provides promptness, accessibility, convenience, mobility of receiving social services.

Analyzing publications on e-governance, groups of factors that prevent the introduction of e-services in the system of social protection of the population are highlighted: insufficiency and imperfection of legal support, material and technical equipment, budget financing and human resources; the absence or lack of awareness, motivation and availability of skills among the population to obtain online or online social services.

Key words: social protection, social service, social care, e-government, e-service, e-social service.

УДК 316.774

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2019.84.12>

Т. М. БАЙДАК, В. О. БОЛОТОВА, Н. О. ЛЯШЕНКО

СУЧАСНИЙ СТУДЕНТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Соціальна мережа – це платформа, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних відносин в Інтернеті. Соціальні мережі створюють автоматизоване соціальне середовище, яке дозволяє спілкуватися з групою користувачів, які мають спільний інтерес. Вони виконують низку важливих функцій: інформаційну, комунікаційну, ідентифікаційну, стратифікаційну, навчальну, розважальну, кооперативну, професійного затвердження та просування, обміну ресурсами та інші. Соціальні мережі є найпопулярнішими серед молоді інструментами. Але цілі та мотиви використання соціальних мереж для молоді, чинники, які впливають на використання мереж, потребують подальшого вивчення. Тому мета статті – визначити характер відвідування соціальними мережами сучасної студентської молоді.

Анкетування студентів НТУ «КПІ» (Харків), в якому взяв участь 341 респондент, показало, що Telegram, Facebook та Skype є найпопулярнішими серед студентів. Ті, хто зареєстрований у цій мережі, частіше відвідують Telegram. Така ж кількість людей зареєструвала та відвідує Instagram. Набагато менша кількість респондентів зареєструвала свої відвідування у Facebook та Skype. Дослідження дозволило намалювати соціальні портрети шанувальників чотирьох найбільш відвідуваних соціальних мереж: Telegram, Instagram, ВКонтакте, Facebook.

Опитування показало, що більше половини опитаних студентів перебували в соціальних мережах протягом 2–4 годин на день. Третина респондентів – від 6 годин і більше. Чим більше часу респонденти проводять у соціальних мережах, тим більше «друзів» та груп інтересів із соціальних мереж впливає на них.

Серед мотивів використання сайтів соціальних мереж в Інтернеті варто зазначити такі: можливість швидко передавати або отримувати інформацію, самостійний вибір цікавої інформації, доступ до актуальної інформації та свобода, яка не обмежується.

Для майже всіх респондентів головна мета відвідування соціальних мереж – спілкування з друзями та родиною. Тобто респонденти сприймають соціальні мережі як комунікативне середовище, в якому вони отримують взаєморозуміння та підтримку. Крім того, для студентів університету соціальні мережі більше схожі на розважальну зону, де вони слухають музику, переглядають фільми, відео, читають новини та книги.

Таким чином, незважаючи на безліч можливостей, які пропонують соціальні мережі, студенти використовують їх як розважальний та комунікативний контент. Натомість їх навчальний потенціал, здатність розвивати творчу та соціальну діяльність, наукову діяльність та професійний розвиток майже не використовуються.

Ключові слова: соціальні мережі, студенти, мотиви відвідування соціальних мереж.

Постановка проблеми. Глобалізація інформаційних потоків, лавиноподібне збільшення комунікацій призводять сьогодні до серйозних змін у житті людини. Трансформуються канали трансляції знань і цінностей, самі ці знання. За даними соціологічного дослідження, проведеного наприкінці 2017 року, доля всіх користувачів Інтернету в Україні віком від 18 до 29 років складає 98%, а тих, хто регулярно користується ним, – 89% [1]. Молоде покоління стає інтегрованим не тільки в глобальну комунікаційну середу, але і в безмірне суспільство споживання та виробництва духовних продуктів. Розвиток і популяризація соціальних сервісів, тотальне проникнення в молодіжне середовище смартфонів створюють якісно нові можливості для людини. Молодь бере участь у всіх сферах життєдіяльності сучасного суспільства; значно гостріше, ніж інші групи, відчуває і сприймає зміни в соціально-економічному, політичному та духовному житті, при цьому значно більше схильна до новацій.

Серед Інтернет-інструментів у молоді особливо популярними є соціальні мережі. Особлива увага дослідників зосереджена на студентській молоді, тому що її представники насамперед займають провідні позиції в суспільстві, стануть висококваліфікованими фахівцями. Активне використання соціальних мереж, особливо у молодіжній аудиторії, може виконувати низку важливих функцій: інформаційну, комунікаційну, ідентифікаційну, стратифікаційну, освітню, розважальну, коопераційну, професійного ствердження та просування, бізнесову, стимулювання творчості, обміну ресурсами та інші [2–6]. Але виникає питання, для чого сучасна студентська молодь використовує соціальні мережі, чи впливає гендер, вік та напрям освіти, яку отримує студент, на тривалість, типи та мотиви перебування в мережах.

Соціальні мережі в широкому сенсі розглядали ще класики соціології О. Конт, Ф. Тьоніс, Е. Дюркгайм, які описували наявність соціальних зв'язків між акторами, типи та характер цих зв'язків, підкреслюючи їх значення у формуванні суспільства, соціальних груп та інститутів.

Ч. Кулі окреслює соціальні мережі як структури, що складаються з вузлових елементів (окремих осіб або груп) та зв'язків між ними, створюючи своєрідну «соціальне павутиння». Я. Морено за допомогою соціограм виявляє різні типи цих зв'язків, підкреслюючи їх вплив на діяльність реальних груп.

Пізніше навколо поняття «соціальні мережі» в соціології сформувався відносно самостійний, так званий «мережевий підхід» (С. Берковіц, С. Вассерман, Б. Веллман, Л. Фріман та інші). Проте з появою і поширенням в Інтернеті нового типу сайтів виникає більш вузьке значення цього терміну, яке ми будемо використовувати в межах статті – специфічний тип веб-сервісу, що забезпечує можливість об'єднання та комунікації великих груп людей, які створюють віртуальні спільноти за інтересами.

Роботи, присвячені вивченню віртуалізації й інформатизації суспільства, а також впливу медіа на становлення і розвиток

сучасного суспільства, представлені такими авторами, як М. Кастельс і М. Маклюен. Зокрема, М. Кастельс стверджує, що становлення і розмноження мережевих спільнот є справжньою ознакою сучасної соціальної трансформації, а існування інформаційного суспільства представлено у вигляді величезного числа культурних моделей, що циркулюють комунікаційними мережами [7]. Дуже цікавим, на нашу думку, виявилось дослідження користувачів соціальних мереж, в якому американський соціолог Брайан Соліс виявив їх типові групи, спираючись на характер поведінки та тип потреб, які задовольняються під час перебування в них [8].

Серед вітчизняних авторів, що займаються дослідженням соціальних мереж, можна виділити таких науковців, як Б. Вахула, О. Любовікова, А. Мельников, К. Коган, О. Курбан, В. Яремчук.

Особливу увагу дослідники звертають зараз на вплив мереж на соціальну, політичну та економічну активність в реальному просторі (В. Кончін [9]), можливості їх використання в навчальному процесі (О. Щербаков [10], В. Осадчий [11]), на їх роль в змінах культурних арт-практик (В. Ривліна [12]), на розвиток соціального капіталу (А. Хлебникова [13]), тобто на соціальні мережі як на чинник перетворення поведінки людей у всіх сферах життя.

Разом з цим з'являються дослідження, що попереджають про небезпеку захоплення мережевим простором, описують специфіку спілкування в соціальних мережах, поверхнево-демонстративний та розважальний характер взаємодії в їх межах (Г. Могілевська [4]).

Незважаючи на обсяг робіт, тема соціальних мереж себе не вичерпала, особливо стосовно мети, часу та соціально-демографічних особливостей українських студентів, які перебувають в них.

Метою статті є виявлення характеру перебування в соціальних мережах сучасної студентської молоді.

Виклад основного матеріалу. Під соціальною мережею в межах статті ми розуміємо платформу, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначені для побудови, відображення і організації соціальних взаємовідносин в Інтернеті. Вона створює автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. Для того щоб описати основні характеристики перебування студентів в соціальних мережах Інтернет, було проведено анкетне опитування студентів НТУ «ХПІ» (м. Харків), в якому взяв участь 341 респондент (серед них 49% жінок і 51% чоловіків). Для відбору респондентів було застосовано цілеспрямований відбір за ознаками курсу навчання та напряму спеціальності. Учасники опитування – студенти різних курсів, а саме: 1–2 курс – 35%, 3–4 курс – 38% та 5–6 курс – 27%. Серед них за технічною спеціальністю навчаються – 27% респондентів, економічною – 19%, гуманітарною – 30% та IT спеціальністю – 24%.

У відповіді на питання: «Як часто Ви відвідуєте соціальні мережі?» всі респонденти були одноставними та відмітили, що вони відвідують їх кожного дня. Різниця між ними полягала у кількості часу на добу,

яку вони витрачають у соціальних мережах. Більше половини опитаних знаходяться у соціальних мережах від 2 до 4 годин на добу (57%). Третина респондентів – від 6 годин та більше.

Персонами, до яких опитані студенти прислуховуються та з якими радяться в першу чергу, на цей час є друзі (87%) та батьки (97%). Всі інші агенти соціалізації не мають для опитаних суттєвого значення, хоча частіше за інших згадуються серед них групи за інтересом (22%), медійні персони (відомі політики, артисти, спортсмени тощо) (16%). Такі агенти соціалізації, як викладачі, «друзі» в соціальних мережах, групи за інтересом в соціальних мережах, мають значення тільки для 3% респондентів. Було з'ясовано, що чим більше часу респонденти витрачають в соціальних мережах, тим більша частка опитаних визнає агентами соціалізації «друзів» в соціальних мережах та групу за інтересом в соціальних мережах. 9% відповідей респондентів, що витрачають в соціальних мережах від 6 годин та більше, вказали саме на цих агентів. Медійні персони як агенти соціалізації також є більш авторитетними для респондентів, хто довше за інших проводить час у соціальних мережах (19%). Так, 14% респондентів, що витрачають 4–6 годин у соціальних мережах, вказали, що медійні персони мають для них значення, а ті, що витрачають в соціальних мережах менше годин, не вибрали такий агент соціалізації взагалі (табл. 1).

Таблиця 1

**Розподіл відповідей респондентів на питання:
«Хто має на Вас найбільший вплив?» залежно від часу,
який вони витрачають в соціальних мережах**

Агенти соціалізації	Кількість часу в інтернеті			
	менше ніж 2 години	від 2 до 4 годин	від 4 до 6 годин	від 6 годин та більше
Батьки	100%	86%	100%	100%
Друзі	90%	91%	50%	85%
Група за інтересом	3%	14%	3%	43%
Родичі (брати, сестри, інші)	4%	10%	4%	14%
Викладачі	3%	5%	0%	5%
Медійні персони (відомі політики, артисти, спортсмени)	0%	0%	14%	19%
«Друзі» в соціальних мережах	0%	0%	0%	9%
Група за інтересом в соціальних мережах	0%	0%	0%	9%
Сусіди	0%	0%	0%	0%

Дослідження дозволило з'ясувати зареєстрованість студентів у різних соціальних мережах. Майже всі респонденти (97%) зареєстровані у Telegram, 92% у Facebook, 84% у Skype. По дві третини опитаних зареєстровано в кожній із таких соціальних мереж: Instagram, Twitter, Viber, ВКонтакте. Половина студентів зареєстровано в Google Plus+ та Whatsapp. У соціальній мережі «Однокласники» зареєстровано 22% опитаних. Pinterest викликав інтерес тільки у 8% респондентів.

Порівняння відповідей респондентів на питання: «Соціальні мережі яких інтернет-платформ Ви відвідуєте частіше за інші?» та «В соціальних мережах яких інтернет-платформ Ви зареєстровані?» показало, що в Telegram як зареєстровані майже всі, так і відвідують її частіше за інших мереж майже всі респонденти (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл відповідей респондентів на питання: «Соціальні мережі яких інтернет-платформ Ви відвідуєте частіше за інші?» та «В соціальних мережах яких інтернет-платформ Ви зареєстровані?»

Соціальні мережі	Зареєстровані	Частіше відвідують
Telegram	97%	95%
Facebook	92%	32%
Skype	84%	24%
Twitter	76%	16%
Instagram	76%	73%
ВКонтакте	73%	46%
Viber	73%	27%
Google Plus+	54%	3%
Whatsapp	51%	11%
LinkedIn	49%	3%
Однокласники	22%	0%
Pinterest	8%	3%

При тому, що у Facebook зареєстровано 92% опитаних студентів, відвідують цю мережу в три рази менше респондентів. Однакова кількість зареєстрованих та відвідуючих у соціальній мережі Instagram (73% та 76%). Популярну серед молоді та заборонену в Україні соціальну мережу ВКонтакте продовжують відвідувати 46% опитаних, хоча зареєстровані у ній майже в два рази більше. В Skype зареєстровано 84% опитаних, але відвідує його тільки чверть студентів. Twitter та Viber мають однакову кількість зареєстрованих студентів університету (приблизно по 75%), однак Viber вони використовують частіше,

ніж Twitter (відповідно 27% та 16%). Взагалі молоді респонденти не користуються соціальною мережею Однокласники, майже не користуються Google Plus+, LinkedIn, Pinterest (3%).

Після вступу в дію Указу Президента України №133/ 2017 від 15 травня 2017 р. про введення в дію рішення СНБО про блокування соціальних мереж «Вконтакте» та «Однокласники» було цікаво з'ясувати, яку альтернативу цим соціальним мережам знайшли собі молоді люди. Було виявлено, що для 53% опитаних студентів соціальна мережа Telegram була останньою, до якої вони приєдналися. Ця соціальна мережа і стала альтернативою для мережі Вконтакте. 19% респондентів останнім часом приєдналися до Twitter, 11% до Viber, 8% – до Facebook. Ще по 9% опитаних приєдналися до LinkedIn, Google Plus+, Whatsapp. До інших мереж останнім часом опитані не приєднувалися.

Також було з'ясовано, які соціальні мережі частіше використовують жінки та чоловіки. Практично всі чоловіки (98%) використовують Telegram, частка жінок, що використовує цю соціальну мережу, теж дуже велика, але дещо менша, ніж у чоловіків (89%).

Майже всі жінки (95%) використовують Instagram, а частка чоловіків, що використовує цю соціальну мережу, у 2 рази менша (50%). Також жінки частіше за чоловіків користуються Вконтакте (58% і 33% відповідно), Viber (50% і 3%). Twitter, Pinterest, Google Plus+, LinkedIn жінки користуються, а чоловіки ні. Чоловіки частіше за інші мережі відвідують Skype (47% і 3% у жінок), Whatsapp (17% і 5% у жінок), Facebook (50% і 16% у жінок).

У процесі дослідження були з'ясовані соціально-демографічні характеристики шанувальників чотирьох найбільш відвідуваних соціальних мереж: Telegram (95%), Instagram (73%), ВКонтакте (46%), Facebook (32%).

Шанувальники Telegram – це як чоловіки (51%), так і жінки (46%). Більшість з них проживає дома з батьками (70%), не старше 4 курсу (87%). Навчаються за всіма професійними напрямками. 90% таких респондентів мають успішність середню та вищу за середню. Доход сімей таких респондентів середній і нижче середнього.

Шанувальники Instagram – жінки (66%), що проживають як с батьками дома (55%), так і в гуртожитку (38%). Навчаються на 1–2 курсі університету (48%) переважно на гуманітарних спеціальностях (41%). Мають середню успішність (60%) та середній дохід (60%).

Шанувальники ВКонтакте – жінки (68%), що проживають в гуртожитку (50%), навчаються на 1–2 курсі (48%) переважно за технічними спеціальностями (43%), мають середню успішність (70%). Доход сімей таких респондентів за їх оцінками середній (60%).

Шанувальники Facebook – це чоловіки (75%), що проживають дома в батьківській родині (68%), навчаються на 1–2 курсах (50%), спеціальність навчання не має значення, оцінюють свою успішність як середню (68%) і також мають середній дохід (92%).

Серед мотивів участі студентів в соціальних мережах Інтернет були виділені основні: швидко передати або отримати інформацію (92% респондентів), самостійно обрати цікаву інформацію (68%), отримати доступ до актуальної інформації (51%), не обмежується свобода (51%). Не більше 20% опитаних студентів вказали, що вибирають соціальні мережі тому, що можна зробити коментар, оцінити інформацію, думки інших користувачів, отримати доступ до актуальної інформації, отримати інформацію у зрозумілій формі мовою повсякденного спілкування.

Можна спостерігати деякі розбіжності у чоловіків та жінок у відповідях про мотиви використання соціальних мереж (табл. 3).

Таблиця 3

Мотиви використання соціальних мереж чоловіками та жінками

Мотиви	чоловіки	жінки
Можна швидко передати або отримати інформацію	83%	100%
Не обмежується свобода	83%	21%
Можна самостійно обрати цікаву інформацію	67%	68%
Можна отримати доступ до актуальної інформації	33%	68%
Можна отримати компактну візуальну інформацію	33%	47%
Можна зробити коментар, оцінити інформацію, думки інших користувачів	17%	21%
Відсутня цензура	17%	11%
Можна отримати інформацію у зрозумілій формі мовою повсякденного спілкування	17%	21%
Відсутні зобов'язання	3%	1%
Можна спілкуватися за вигаданим ім'ям	2%	2%
Можна отримати зворотній зв'язок (відгук)	1%	20%

Виявилось, що для чоловіків порівняно з жінками суттєво значнішим є мотив «не обмежується свобода» (83% і 21%). Для жінок порівняно з чоловіками більш значущі мотиви: швидко передати або отримати інформацію (100% і 83%), отримати доступ до актуальної інформації (68% і 33%), отримати компактну візуальну інформацію (47% і 33%), отримати зворотній зв'язок (відгук).

Для студентів 3–6 курсів більш важливим у використанні соціальних мережах, ніж у студентів 1–2 курсів, є можливість самостійно обирати цікаву інформацію (від 70% у перших і 46% у других) (табл. 4).

Таблиця 4

Мотиви використання соціальних мереж студентами різних курсів

Мотиви	1–2 курс	3–4 курс	5–6 курс
Можна швидко передати або отримати інформацію	92%	93%	90%
Можна отримати доступ до актуальної інформації	85%	21%	50%
Можна отримати компактну візуальну інформацію	62%	29%	30%
Можна самостійно обрати цікаву інформацію	46%	86%	70%
Можна отримати інформацію у зрозумілій формі мовою повсякденного спілкування	40%	14%	8%
Не обмежується свобода	38%	71%	40%
Відсутня цензура	31%	0%	10%
Можна зробити коментар, оцінити інформацію, думки інших користувачів	15%	14%	30%
Можна отримати зворотній зв'язок (відгук)	8%	7%	20%
Відсутні зобов'язання	3%	2%	0%
Можна спілкуватися за вигаданим ім'ям	2%	2%	2%

Студенти 5–6 курсів більше за інших у використанні мереж мотивовані тим, що можна отримати зворотній зв'язок (20%), зробити коментар, оцінити інформацію, думки інших користувачів (30%).

Для студентів 3–4 курсів важливим є те, що в соціальних мережах не обмежують їх свободу (71%). Для студентів 1–2 курсів – отримати доступ до актуальної інформації (85%) та компактної візуальної інформації (62%).

Дещо відрізняються мотиви використання соціальних мереж студентами різних спеціальностей. Для студентів гуманітарних спеціальностей головними мотивами є те, що можна швидко передати або отримати інформацію (91%), отримати доступ до актуальної інформації (64%), отримати доступ до актуальної інформації та отримати компактну візуальну інформацію (по 73%). Для студентів економічних спеціальностей актуальні ті ж самі мотиви, але частка студентів, що їх вибрали, є меншою за гуманітаріїв.

У студентів технічних спеціальностей головними є два мотиви: можна швидко передати або отримати інформацію (100%) та отримати доступ до актуальної інформації (70%). Інші мотиви були важливі не більше ніж у 50% респондентів цієї групи.

Для всіх студентів ІТ спеціальностей головними мотивами використання соціальних мереж є те, що можна швидко передати або отримати

інформацію, самостійно обрати цікаву інформацію, не обмежується свобода. Більше, ніж для інших груп, студентам, що вивчають IT-технології, важливо, що в соціальних мережах можна отримувати інформацію у зрозумілій формі мовою повсякденного спілкування.

У межах дослідження ми намагалися виявити, з якою метою респонденти відвідують соціальні мережі. Очікуваним було те, що для 97% респондентів головною метою є спілкування з друзями, близькими. Тобто соціальні мережі сприймаються респондентами як комунікативне середовище, в якому вони отримують взаєморозуміння та підтримку.

Соціальні мережі можуть стати своєрідним інформаційним відбитком громадянської активності, оскільки саме цей канал комунікації використовуються для поширення ідей, об'єднання однодумців у спільноти (як віртуальні, так і реальні), організації заходів, координації зусиль. Практично всі суспільно значущі процеси, події, явища залишають певний інформаційний відбиток у соціальних мережах. Але для студентів університету соціальні мережі – це скоріше розважальний майданчик, де вони слухають музику (76%), переглядають фільми, відео (57%). Читають новини у соціальних мережах 38% респондентів, дехто читає книги (11%). Тобто соціальні мережі виконують для них розважально-рекреативну функцію.

У студентів різних спеціальностей цілі відвідування соціальних мереж дещо відрізняються: представники технічних спеціальностей слухають музику завдяки соціальним мережам в 7,5 разів рідше, ніж всі інші, але для «технарів» важливіше читати новини. Респонденти IT-напряму частіше відвідують мережі з метою перегляду фільмів, гумантарії націлені на відвідування груп за інтересом, а респонденти економічних спеціальностей – на демонстрування за допомогою соціальних мереж себе або власних досягнень.

Також було з'ясовано в яких групах зареєстровані респонденти та в яких з них вони проводять більше часу (табл. 5). Тільки чверть опитаних не перебуває в жодній групі. Інші відповіді розподілились таким чином: в розважальних групах перебувають 84% респондентів, стільки ж у музичних, 70% опитаних перебувають у інформаційних групах, 68% – в освітніх. В політичних, професійних та шопінгових по 51% респондентів. В інших групах перебувають приблизно по третині всіх опитаних студентів.

При тому, що студенти можуть бути зареєстровані одночасно в різних групах, більше часу вони проводять у розважальних групах. У них майже однакова кількість студентів зареєстрована та проводить час (трохи більше 80%). В музичних групах хоч і зареєстровано 84% респондентів, але проводять в них більш свій час тільки 38%. Це скоріше пояснюється тим, що в музичні групи більшість молодих людей приходять щоб «скачати» улюблену музику, а для виконання цієї дії не потрібно багато часу. 70% респондентів зареєстровані

в інформаційних групах і 54% опитаних студентів витрачають в них більше свого часу.

Тільки кожний п'ятий респондент витрачає більш свого часу в професійних та освітніх групах, хоча зареєстровано у них майже дві третини. У політичних групах, де зареєстровано половина студентів, витрачають більше свого часу тільки 3% респондентів. У шопінгових, де зареєстрована така ж кількість студентів, витрачають більшість свого часу в 5 разів більше респондентів.

У гральних групах зареєстровано 35% респондентів, проводять найбільшу кількість годин в них 24% опитаних. В кулінарних групах хоч і перебувають 32% респондентів, але ніхто з них не витрачає там багато часу.

Таблиця 5

**Розподіл відповідей респондентів на питання:
«У яких групах Ви перебуваєте або підписані»
та «У яких групах Ви проводите свій час довше, ніж в інших?»**

Групи	Перебувають, підписані	Проводять більше часу
Розважальні	84%	81%
Музичні	84%	38%
Інформаційні	70%	54%
Освітні	68%	19%
Політичні	51%	3%
Шопінгові	51%	16%
Професійні	51%	19%
Комерційні	41%	16%
Спортивні	38%	3%
Гральні	35%	24%
Кулінарні	32%	0%
Жодної	24%	0%

Одним із завдань дослідження було з'ясувати спрямованість інтересів студентів в мережі Інтернет. Це визначалось за допомогою питань про те, яку останню книгу, фільм, музику вони завантажували або переглядали онлайн. Що стосується книг, то майже для рівної кількості респондентів це були книги навчального спрямування та науково-фантастичного жанру (приблизно 35%). Ще 11% завантажували книги психологічної тематики. Історичні та пригодницькі завантажували не більш 5% з кожного жанру. 8% респондентів не пам'ятають, коли завантажували або переглядали книгу востаннє. Інші жанри книг опитаними студентами університету не згадувалися.

Стосовно музичних вподобань, то респонденти в рівних пропорціях останнім часом завантажували рок-, поп- та клубну музику (приблизно

по 23%). 16% респондентів звантажували реп. Диско, фолк, електроніка, інструментальна музика інтересували не більш 5% опитаних. Класична музика, блюз, «шансон» не завантажувались респондентами останнім часом взагалі.

Серед жанрів останніх завантажених фільмів 41% респондентів вказали на детектив; комедія та трилер зацікавили менше 20% опитаних кожна. Такі жанри, як «екшен», фантастика, документальний фільм, мелодрама, всі разом набрали 17% голосів респондентів. Вестерн, історичний фільм, фентезі, бойовик не були ніким завантажені взагалі.

У процесі аналізу отриманих даних була з'ясована спрямованість інтересів студентів – шанувальників чотирьох найпопулярніших соціальних мереж Telegram, Instagram, Facebook, ВКонтакте. Шанувальники Telegram у своїй спрямованості інтересів у виборі фільму не відрізняються від всіх респондентів. За літературними жанрами вони віддають перевагу науковій фантастиці (34%), навчальній літературі (33%). Їх приваблює клубна, поп- та рок-музика (майже по 30% кожна).

Шанувальники Instagram рівною мірою цікавляться детективами, трилерами та мелодрамами (приблизно по 20% респондентів на кожний жанр). Інші жанри фільмів їх не цікавлять. Вони завантажують клубну та поп-музику (30% кожна). Серед усіх книг, які вони завантажували частіше, останнім часом найбільш популярна навчальна література (44%).

Шанувальники Вконтакте частіше за інших цікавляться комедією (24%). Їх музикальні інтереси розподілилися порівну між роком, репом та клубною музикою (приблизно по 25%). Більшість з них востаннє з Інтернету завантажували навчальну книгу (35%).

Шанувальники Facebook більше за інші жанри фільмів цікавляться детективами (42%) та екшен (25%). Також вони в основному завантажують науково-фантастичні та навчальні книги (25% та 33%) і клубну музику (50%).

Висновки. В опитаних студентів популярністю користуються Telegram, Facebook та Skype. Причому Telegram частіше за інші мережі відвідують ті, хто в ній зареєстрований. Однакова кількість зареєстрованих та відвідуючих також у соціальній мережі Instagram. Facebook та Skype відвідує значно менша кількість респондентів, зареєстрованих там.

Більше половини опитаних студентів знаходяться у соціальних мережах від 2 до 4 годин на добу. Третина респондентів від 6 годин та більше. Чим більше часу респонденти витрачають в соціальних мережах, тим частіше вони визнають агентами соціалізації «друзів» та групи за інтересом із соціальних мереж.

У процесі дослідження були з'ясовані соціальні портрети шанувальників чотирьох найчастіше відвідуваних соціальних мереж: Telegram, Instagram, ВКонтакте, Facebook. Шанувальники Telegram –

це як чоловіки, так і жінки, більшість з яких проживають дома з батьками, не старше 4 курсу. Навчаються за всіма професійними напрямами, мають успішність середню та вищу за середню, вихідці з сімей, які мають дохід середній і нижчий за середній.

Шанувальники Instagram – жінки, що проживають як з батьками дома, так і в гуртожитку, навчаються на 1–2 курсі університету переважно на гуманітарних спеціальностях, мають середню успішність та середній дохід.

Шанувальники ВКонтакте – жінки, що проживають у гуртожитку, навчаються на 1–2 курсі за технічними спеціальностями, мають середню навчальну успішність та середній дохід у родині.

Шанувальники Facebook – чоловіки, що проживають дома в батьківській родині, навчаються на 1–2 курсах, на гуманітарних, технічних та економічних спеціальностях, мають середню успішність і середній дохід.

Серед мотивів використання соціальних мереж Інтернет основними є: можливість швидко передати або отримати інформацію, самостійно обрати цікаву інформацію, отримати доступ до актуальної інформації та необмежена свобода.

Цілі відвідування соціальних мереж студентами різних спеціальностей дещо відрізняються: гуманітарії трохи більше за інші націлені у соціальних мережах на відвідування груп за інтересом; респонденти з економічних спеціальностей більше спрямовані на демонстрування себе або своїх досягнень; представники технічних спеціальностей частіше читають новини; представники ІТ-напрямку переглядають фільми.

Таким чином, незважаючи на велику кількість можливостей, що надають соціальні мережі, студенти використовують їх як розважально-комунікативний контент. Їх освітній потенціал, можливість розвитку творчої та соціальної активності, наукової діяльності та професійного розвитку майже не використовується. Відмінними рисами студентства як суспільної групи є систематичне оволодіння професійними та науковими знаннями, але участь студентів в соціальних мережах з цією метою мінімальна (лише мережі, створені на ґрунті навчальних груп, в яких викладачі та інші учасники розміщують матеріали, що допомагають навчальному процесу). Зрозуміло, що не всі представники студентства стають інтелектуальною елітою, але на етапі навчання в університеті за фактором приналежності до студентської молоді вони мають ярлик еліти. В реальному житті, не прагнучі отримати знання, практичний досвід через онлайн-консультації, використання соціальних мереж, вони лишують себе багатьох можливостей.

Список використаної літератури

1. Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством : інформ. матеріали за результатами нац. опитування дорослого населення в межах проекту

«Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством», що проведено Всеукраїнським громадським об'єднанням «Соціологічні асоціації України» у верес. 2017 р. за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» / В.С. Бакіров, О.М. Балакірева, О.Д. Куценко, О.С. Мурадян., Л.Г. Сокурянская. Київ – Харків : [б. и.], 2017. С.9.

2. Вахула Б.Я. Соціальні інтернет-мережі, їхні функції та роль в формуванні громадянського суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2012. Випуск 6. С. 311–319.

3. Лобовікова О.О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства [Текст] / О.О. Лобовікова, А.С. Мельніков. *Вісник Львівського університету*. Львів, 2011. Вип. 5. С. 154–160.

4. Могилевская Г.И. Социальные сети как актуальный способ самовыражения массового человека. *Молодой ученый*. 2012. №4. С. 517–520. URL: <https://moluch.ru/archive/39/4592/> (дата обращения: 09.08.2019).

5. Коган К.М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. Випуск 16. 2014. С. 61–71.

6. Курбан О. Соціальні мережеві технології: типологія та класифікація. URL: <http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2014/06/91.pdf>.

7. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / пер. с англ. О.И. Шкаратана. Москва, 2000. С. 62–64; Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Перевод с англ. А. Матвеева. Под ред. В. Харитоновой. Екатеринбург : Фактория, 2004.

8. Brian Solis Behaviorgraphics: Discovering The “Me” In Social Media режим доступу. URL: <https://www.briansolis.com/2011/02/behaviorgraphics-discovering-the-me-in-social-media/>.

9. Кончин В.І. Сучасні підходи до аналізу та візуалізації зв'язків віртуальної активності та геолокації містян-учасників соціальних мереж. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/15447/Konchyn_Suchasni_pidkhody_do_analizu_ta_vizualizatsii_zviazkiv.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

10. Щербаків О.В., Щербина Г.А. Соціальна мережа для підтримки навчального процесу у ВНЗ. Системи обробки інформації: зб. наук. праць. / М-во оборони України, Харк. ун-т Повітр. Сил ім. Івана Кожедуба. 2012. Вип. 8 (106) : Проблеми і перспективи розвитку ІТ-індустрії. С. 159–162.

11. Осадчий В.В. Соціальні Інтернет-мережі як засіб дистанційного навчання. *Вісник післядипломної освіти: зб. наук. праць*. Ун-т менедж. Освіти НАПН України; редкол. : О.Л. Онуфрієва (та ін.). Київ, 2005. Вип. 7(20) / голов. ред. В.В. Олійник. Київ : «АТОПОЛ», 2012. с. 169.

12. Ривліна В.М. Соціальні мережі як інструмент медіатизації культури. *“Young Scientist”* № 12 (39) December, 2016 С. 193–198. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/12/46.pdf>

13. Хлебникова А.А. Соціальна мережа як засіб розвитку соціального капіталу в умовах формування глобального інформаційно-комунікативного суспільства. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. Вип. 59. С. 278–285. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpgvzdia_2014_59_29.

Байдак Т. М., Болотова В. А., Ляшенко Н. А. Современный студент в социальных сетях

Социальная сеть – это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенный для построения, отображения и организации социальных отношений в Интернете. Социальные сети создают автоматизированную социальную среду, которая позволяет вам общаться с группой пользователей, которые имеют общие интересы. Они выполняют ряд важных функций: информация, коммуникация, идентификация, стратификация, образование, развлечения, сотрудничество, профессиональное одобрение и продвижение, обмен ресурсами и другие. Социальные сети являются самыми популярными среди интернет-инструментов для молодежи. Но цели и мотивы использования социальных сетей для молодежи, факторы, влияющие на использование сетей, требуют дальнейшего изучения. Поэтому целью статьи было выявить характер посещаемости социальных сетей современной студенческой молодежью.

Анкетный опрос студентов НТУУ «КПИ» (Харьков), в котором приняли участие 341 респондент, показал, что Telegram, Facebook и Skype являются самыми популярными среди студентов. Те, кто зарегистрированы в этой сети, чаще всего посещают Telegram. Столько же людей зарегистрировалось и посетило Instagram. Гораздо меньшее количество респондентов зарегистрировали свои посещения Facebook и Skype. Исследование позволило нарисовать социальные портреты поклонников четырех самых посещаемых социальных сетей: Telegram, Instagram, ВКонтакте, Facebook.

Опрос показал, что более половины опрошенных студентов находились в социальных сетях от 2 до 4 часов в день. Треть респондентов от 6 часов и более. Чем больше времени респонденты проводят в социальных сетях, тем больше на них влияют «друзья» и группы интересов из социальных сетей.

Среди мотивов использования сайтов социальных сетей в Интернете можно назвать такие: возможность быстро передавать или получать информацию, самостоятельный выбор интересной информации, доступ к актуальной информации и неограниченная свобода.

Для почти всех респондентов основной целью посещения социальных сетей является общение с друзьями и семьей. То есть респонденты воспринимают социальные сети как коммуникативную среду, в которой они обретут взаимопонимание и поддержку. Кроме того, для студентов университетов социальные сети больше похожи на развлекательную зону, где они слушают музыку, смотрят фильмы, видео, читают новости и книги.

Таким образом, несмотря на множество возможностей, предлагаемых социальными сетями, студенты используют их в качестве развлекательного и коммуникативного контента. Их образовательный потенциал, способность развивать творческую и общественную деятельность, научную деятельность и профессиональное развитие практически не используются.

Ключевые слова: социальные сети, студенты, мотивы посещения социальных сетей.

Baidak T., Bolotova V., Liashenko N. Modern student on social networks

A social network is a platform, online service, or website designed to build, display, and organize social relationships on the Internet. Social networks create an automated social environment that lets you communicate with a group of users who

share a common interest. They perform a number of important functions: information, communication, identification, stratification, educational, entertaining, cooperative, professional approval and promotion, resource sharing and others. Social networks are the most popular among internet tools for the youth. But the goals and motives of using social networks for young people, the factors that make the difference in the use of networks, need further exploration. Therefore, the purpose of the article was to identify the nature of attendance of the social networks by modern student youth.

Questionnaire survey of students of NTU "KPI" (Kharkiv), which was attended by 341 respondents, showed that Telegram, Facebook and Skype are the most popular among students. Those who are registered in this network more often visit Telegram. The same number of people registered and visited Instagram. A much smaller number of respondents registered their visits Facebook and Skype. The study allowed drawing social portraits of fans of the four most visited social networks: Telegram, Instagram, VKontakte, Facebook.

The survey found that more than half of the students surveyed were in social networks for 2 to 4 hours a day. One third of respondents from 6 hours and more. The more time respondents spend on social networks, the more «friends» and interest groups from social networks influence them.

Among the motives for using social networking sites in the Internet are the ability to quickly transmit or receive information, choose interesting information on their own, access to up-to-date information, and the freedom that is not restricted.

For the almost all respondents, the main purpose of visiting social networks is to communicate with friends and family. That is, respondents perceive social networks as a communicative environment in which they will gain mutual understanding and support. In addition, for university students, social networks are more like an entertainment area where they listen to music, watch movies, videos, read news, and books.

Thus, despite the many opportunities offered by social networks, students use them as entertaining and communicative content. Their educational potential, ability to develop creative and social activity, scientific activity and professional development is hardly used.

Key words: social networks, students, motives for visiting social networks.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Агаларова Карина Адільівна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Байдак Тетяна Михайлівна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.

Белікова Юлія Валеріївна – кандидатка соціологічних наук, доцентка, доцентка кафедри управління соціальними комунікаціями, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Болотова Вікторія Олександрівна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.

Григор'єва Світлана Василівна – старший викладач кафедри соціології та політології, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Зоська Яна Володимирівна – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Калашнікова Людмила Володимирівна – кандидат соціологічних наук, доцент, доцент кафедри соціології, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв.

Катаєв Станіслав Львович – доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри соціології та соціальної роботи Класичний приватний університет.

Лисиця Надія Михайлівна – доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри економіки та маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.

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

Мартинюк Ігор Орестович – доктор соціологічних наук, с.н.с., провідний науковий співробітник, Інститут соціології НАН України.

Михайльова Катерина Геннадіївна – доктор соціологічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної та навчально-методичної роботи, Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія».

Міхно Надія Костянтинівна – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.

Попович Василь Михайлович – доктор філософських наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи та психології Національний університет «Запорізька політехніка».

Сизоненко Олег Олександрович – аспірант кафедри соціальної роботи та психології Національний університет «Запорізька політехніка».

Соболєва Наталя Іванівна – доктор соціологічних наук, с.н.с., провідний науковий співробітник, Інститут соціології НАН України.

Северинюк Валентин Матвійович – доктор політичних наук, професор, професор кафедри богослов'я та гуманітарних дисциплін, Класичний приватний університет.

Хрустальов Фелікс Сергійович – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

Шепеленко Ірина Павівна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедри політології, соціології і культурології, Харківський національний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди.

Шкурапет Наталля Іванівна – аспірантка кафедри соціології, Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія», директор Харківської гімназії № 14 Харківської міської ради Харківської області.

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

Збірник наукових праць

ВИПУСК 84

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

Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: Ю. В. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Підписано до друку 06.12.2019 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 8,84. Наклад 300. Замовлення № 0420/112.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефон +38 (0552) 39 95 80,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
Е-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.