

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 91



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

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

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного
забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Редакційна колегія: **Гордієнко Наталія Миколаївна**, доктор соціологічних наук, доцент (Запоріжжя); **Клименко Олена Юрївна**, доктор соціологічних наук, доцент (Київ); **Михайлич Олександр Володимирович**, кандидат соціологічних наук (Київ); **Позднякова-Кирбят'єва Елліна Геннадіївна**, доктор соціологічних наук, професор (Запоріжжя); **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: **Długosz 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: **Зоська Яна Володимирівна**, доктор соціологічних наук, професор.

Ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
протокол № 2 від 29 вересня 2021 р.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020 р. (додаток 4) збірник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б» у галузі соціальних наук (054 – Соціологія).

- 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.
- 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 стаття, направлена до збірника, повинна мати такі структурні елементи: індекс УДК (у верхньому лівому кутку сторінки); тематичний розділ журналу; прізвище, ім'я та по-батькові автора (-ів) (не більше 3-х авторів), науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи навчання) та назва статті; текст статті; список літератури; анотації та ключові слова двома мовами (мовою статті та англійською мовою). Список використаних джерел подається наприкінці статті в порядку згадування джерел та оформлюється з урахуванням розробленого в 2015 році Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Обсяг анотації – 1800 знаків без пробілів (250-300 слів), кількість ключових слів – мінімум 5 слів. Обсяг статті – не менше 8 сторінок, включаючи ілюстрації, таблиці, графіки, список літератури.
- Реквізити для оплати публікації будуть надіслані авторові на електронну пошту після схвалення рукопису редколегією.

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

<i>Л. В. Афанасьєва, Н. І. Глебова, Т. В. Жеребна, Р. В. Зарецька</i> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ В УМОВАХ КАРАНТИНУ.....	6
<i>О. В. Кацьора</i> БЕЗРОБИТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМА: АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	15

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Л. А. Ляпіна</i> ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ.....	22
<i>Д. А. Матюхін, А. Г. Стадник</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ ЯК УМОВА КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК...29	
<i>О. С. Мурадян, Д. Д. Яшкіна, К. Ю. Семірненко</i> СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ТЕМАТИЧНИЙ ОГЛЯД.....	40
<i>М. А. Паращевін</i> ДУМКИ НАСЕЛЕННЯ ПРО СТАН СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУЖЕНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КОНФЕСІЙНИЙ АСПЕКТ.....	49
<i>М. В. Туленков, Я. В. Зоська, О. О. Пустовий</i> СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ ЯК ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ВІДТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО СОЦІУМУ.....	58

АВТОБІОГРАФІЯ

<i>С. Л. Катаєв</i> 50 РОКІВ У СОЦІОЛОГІЇ: ФРАГМЕНТИ ТВОРЧОЇ АВТОБІОГРАФІЇ.....	73
---	----

CONTENTS

CURRENT PROBLEMS OF SPECIAL AND BRANCH SOCIOLOGY

Afanasyeva L. V., Glebova N. I., Zhrebna T. V., Zaretska R. V.
SOCIAL NETWORKS IN THE CONTEXT OF BRAND
PROMOTION UNDER QUARANTINE.....6

Katsora O. V.
UNEMPLOYMENT AS A SOCIAL PROBLEM: ANALYSIS
OF THE SITUATION IN THE TRANSCARPATHIAN REGION....15

ACTUAL PROBLEMS OF MODERN UKRAINIAN SOCIETY

Liapina L. A.
QUALITY OF HIGHER EDUCATION IN UKRAINE
AND PROPOSALS FOR ITS IMPROVEMENT..... 22

Matyukhin D. A., Stadnyk A. H.
FEATURES AND PROCESS OF YOUTH SOCIALIZATION
AS A CONDITION FOR CONSTRUCTION
OF SOCIAL PRACTICES..... 29

Muradyan O. S., Yashkina D. D., Semirnenko K. J.
SOCIOLOGICAL RESEARCH OF THE COVID-19
PANDEMIC: A THEMATIC REVIEW.....40

Parashchevin M. A.
POPULATION'S OPINION ABOUT SITUATION WITH
SOCIAL TENSION IN UKRAINIAN SOCIETY:
CONFESSIONAL ASPECT..... 49

Tylenkov M. V., Zoska Ya. V., Pustovyi O. O.
SOCIAL RELATIONS AS A DECISIVE FACTOR LIFE
ACTIVITIES AND REPRODUCTION OF MODERN SOCIETY...58

AUTOBIOGRAPHY

Kataev S. L.
50 YEARS IN SOCIOLOGY: FRAGMENTS
OF CREATIVE AUTOBIOGRAPHY.....73

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.422.42

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.1>

Л. В. АФНАСЬЄВА

кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри соціології

Н. І. ГЛЕБОВА

доктор соціологічних наук, професор,
професор кафедри соціології

Т. В. ЖЕРЕБНА

студентка IV курсу
факультету інформатики, математики та економіки

Р. В. ЗАРЕЦЬКА

студентка магістратури
факультету інформатики, математики та економіки,
Мелітопольський педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

У статті систематизовано принципи ефективного використання соціальних мереж для побудови бренду й успішної брендингової діяльності, визначено найбільш дієві інформаційні канали просування брендів у соціальних мережах в умовах карантину. Встановлені основні ознаки ефективної побудови бренду, визначено ключові аспекти вдалої брендингової діяльності. Основними проблемами розвитку вітчизняного брендингу залишається недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно із закордонними та нестача висококваліфікованих спеціалістів. До перспективних шляхів розвитку ефективного брендингу в Україні та переходу його на новий, систематизований, удосконалений, більш професійний рівень ведення належать стратегії, механізми та інструменти бренд-орієнтованої реклами, бренд-маркетингу мережевими засобами. За результатами аналізу тенденцій розвитку брендів індустрії моди в Україні встановлено, що в умовах карантину перспективним напрямом подальшого їх розвитку є внутрішня культура брендингу з якомога ширшим використанням потенціалу соціальних мереж.

© Л. В. Афанасьєва, Н. І. Глебова, Т. В. Жеребна, Р. В. Зарецька, 2021

Цінність дослідження полягає у науковій систематизації ключових ознак ефективної побудови бренду та визначенні ключових аспектів ефективної розбудови й успішної брендингової діяльності за принципами підбору і критеріями популярності, найбільш дієвих інформаційних каналів просування брендів в умовах карантину. Результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення проблеми розвитку брендів індустрії моди в Україні, з акцентуванням на розбудові внутрішнього брендингу та якомога ширшому використанні потенціалу соціальних мереж в умовах карантину, викликаного пандемією Covid-19.

Ключові слова: бренд, брендинг, бренд-менеджмент, споживацьке середовище, соціальні мережі.

Постановка проблеми. Зростання конкуренції на ринку є наслідком того, що ефективність виробника та його економічне благополуччя залежать не лише від якості продукції, але й від її презентабельності та ступеня довіри до неї споживачів. Увага до проблем створення, управління торговими марками, або брендингом, посилюється у всьому світі. Під брендингом у його теперішньому трактуванні розуміють системний, виражений процес, який передбачає планування та впровадження комплексу заходів щодо створення торгової марки, планування підходів із перетворення марки на бренд для формування бажаних асоціативних вражень і забезпечення очікуваних переваг у споживачів. Актуальність питань щодо розвитку брендингу для України полягає в тому, що наявність великої маси продукту призводить до зниження спроможності споживачів оцінювати реальну його якість. Водночас з огляду на наслідки світової фінансової кризи, у зв'язку зі зменшенням реальних доходів населення відбуваються процеси зменшення обсягів продажу продукції як на промисловому, так і на споживчому ринках. Велика кількість компаній зіштовхуються із проблемами, пов'язаними не лише із втратою клієнтів і відповідної частки ринку, а й навіть із неможливістю діяльності на ринку через нерентабельність виробництва та реалізації продукції. У працях зарубіжних дослідників актуалізуються питання внутрішньої брендової культури (А. Сімон) позитивного іміджу й досягнення переваги у конкурентному середовищі (П. Смит). Використання сучасних технологій брендингу передбачає проведення постійних маркетингових досліджень купівельних переваг, мотивів здійснення покупок. Для того, щоб зрозуміти, як можна удосконалити брендинг у нашій країні, необхідно висвітлити та проаналізувати типові проблеми сучасних українських брендів і визначити напрями пошуку шляхів для ефективного їх розв'язання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських фахівців, котрі займаються питаннями теорії та практики розвитку вітчизняного брендингу, можна назвати О. Зозульова, М. Купчинську, М. Макашова, В. Пустотіна, Л. Сороковіста, Галузеву специфіку сучасного брендингу в Україні розглядають М. Колосніченко, К. Пашкевич, І. Рожков І. Фролов та ін. Водночас аналіз вітчизняних літературних

джерел свідчить про те, що праць, присвячених проблемі застосування вітчизняними компаніями брендингу засобами інформаційних мереж, дуже небагато.

Мета статті – систематизувати принципи ефективного використання соціальних мереж для побудови бренду й успішної брендингової діяльності, визначити найбільш дієві інформаційні канали просування вітчизняних брендів у соціальних мережах. Для реалізації мети дослідження застосовано такі методи: описовий, систематизації й узагальнення для виявлення ключових ознак ефективного побудови бренду та принципів успішної брендингової діяльності за критеріями підбору та просування, типологізації брендів за рівнем просування та визначення дієвих інформаційних каналів і способів просування брендів у соціальних мережах в умовах карантину.

Виклад основного матеріалу. За останнє десятиріччя економіка України зазнала істотних структурних перетворень. Це зумовлено як розвитком ринкових відносин, так і тим, що сучасний споживчий ринок стає більш складним і насиченим конкуруючими товарними знаками, товарними марками та рекламними образами. У міру того, як економічна діяльність проходить етапи свого поступового розвитку та просування на світовий ринок, потреба у марочних товарах вітчизняного виробництва постійно зростає, що вимагає розширеного застосування брендів і значної активізації всієї роботи, пов'язаної з їх створенням, управлінням і рекламою. Сьогодні не існує чіткого визначення такого маркетингового процесу, як брендинг. Це запозичене слово, яке за своєю сутністю означає процес побудови та розвитку бренду, тобто сукупності уявлень, асоціацій, образів, ідей і обіцянок, що формуються у людській свідомості про конкретний продукт або компанію загалом. У загальному розумінні брендинг можна трактувати як створення, розвиток і підтримку постійного добровільного зв'язку зі стратегічно важливою групою споживачів за допомогою стабільного та надійного набору відмінних властивостей продукту, через наявність незмінно високої якості й очікуваного рівня задоволення. У своїй роботі ми користуватимемося таким визначенням: брендинг – це низка заздалегідь спланованих і пов'язаних між собою заходів, які спрямовані на створення позитивного іміджу якогось бренду. Також ці заходи можуть бути спрямовані на підтримку і підвищення позицій на ринку вже наявного бренду. Основною метою брендингу є створення унікального, а головне – сильного образу того чи іншого бренду [1].

Для сучасної України здебільшого притаманний азійський тип створення брендів, де компанії інвестують у бренд насамперед на рівні корпорації і лише потім, значно менше – на рівні продукту (скажімо, у Японії торгова марка товару без гарантії корпоративної марки фірми взагалі не стала би купуватися) [2, с. 34–39]. До характерних тенденцій розвитку брендингу в Україні слід віднести такі: українські компанії приділяють дедалі більше уваги побудові

сильного бренда, інвестуючи у цей процес значні суми та користуючись послугами спеціалізованих компаній у сфері бренд-будівництва; брендинг поступово охоплює сегменти ринку: спочатку це був споживчий ринок, потім сфера послуг; компанії, орієнтовані на побудову ефективного бренда, постійно модифікують свою продукцію, орієнтуються на новітні розробки та технології ведення бізнесу, вдосконалюють продукцію, поширюють асортимент та ін.; українські компанії керують не одним брендом, а пакетом брендів, орієнтованих на різні цільові аудиторії, тобто сегменти ринку [3, с. 43–45].

Отже, сьогодні брендинг слід розглядати як: технології послідовного надання продукту атрибутів, які перетворюють його в улюблену купівлю, підвищуючи тим самим конкурентоспроможність самого продукту; систему управління якістю й ефективністю торгової марки, що забезпечує можливість передачі споживачам інформації щодо стратегічних ідей організації та значно підвищує цінність її активів і сприяє росту запитуваності серед споживачів кінцевого продукту.

Напряма, пов'язаний із дослідженням брендів, у вітчизняній соціологічній традиції тільки починає формуватися, тому виникає низка труднощів, пов'язаних із неоднозначністю підходів до оцінки явища, його багатогранності та складності, що робить актуальним аналіз символічного змісту, соціокультурних функцій і соціального потенціалу бренда. Оскільки брендинг уособлює принципи досягнення успішних результатів на фінансових ринках, а бренд вважається надзвичайно цінним активом, образ бренда формується на основі поєднання двох основних складників: матеріальний втілюється у кінцевому результаті у вигляді готового продукту високої якості, чітко відповідає на запити цільового споживача; ціннісно-символічний втілюється у фірмовому стилі, логотипі, ціннісному ядрі та сутності бренда, створює асоціативний ряд тощо [4]. Тому Томас Гед констатує, що бренд визначає сьогодні життя корпорації більшою мірою, ніж прибуток, оскільки споживачі мало замислюються про прибуток тієї компанії, чий товар вони купують [5]. Легенда бренду (brand story), зашифрована в його історії (на основі реальної історії створення компанії або продукту, своєрідності продукту, навколо яких можна створити легенду; казкової історії, що не має реальних підстав; сімейних традицій у виготовленні товару; інноваційності товару; стилю життя споживачів тощо) його філософія та цінності, певні символи й асоціації впливають на емоції та почуття потенційних споживачів і покупців. Таким чином, соціологічне обґрунтування тлумачення бренду дає змогу констатувати, що його символічна складова частина й ідентифікаційні функції сприйняття споживачами можуть значно відрізнятися, тому необхідно розрізнявати бренд як об'єктивно наявний соціальний об'єкт й імідж бренду як образ, що виникає під час сприйняття його споживачами.

Аналіз світового досвіду створення брендів дозволяє говорити і про місію поглиблення соціальної значущості бренда, що означає своєчасне реагування на зміни суспільства, застосування авторами-розробниками інноваційних можливостей, які відкриваються в епоху цифрових технологій, й активне використання новітніх методів комунікації, що забезпечують зворотний зв'язок зі споживачем.

До основних тенденцій розвитку споживацького ринку в Україні на цьому етапі слід віднести такі:

– у зв'язку з поширенням інформаційної обізнаності споживач стає більш прискіпливим до якості купованого товару чи отримуваної послуги;

– споживач не прагне розв'язати свої проблеми повністю сам, він намагається їх мінімізувати завдяки інформації, почерпнутій з Інтернету, тому перше, що цікавить споживача, – це відповідь на питання, звідки отримати інформацію, де її знаходити у пошуковій системі;

– споживач став вимогливий, іноді «нешадний» до нових брендів, тому змусити покупця придбати невідомий йому товар у торговій точці майже неможливо (хіба лише тільки подарувавши йому цей товар);

– споживачі хочуть купувати товари найзручнішим для них способом, а про новинки дізнаються завдяки глобальній мережі Інтернет, який стає найефективнішим комунікативним засобом оповіщення споживачів про новинки компанії, інформації про товар і партнерів тощо;

– купівля товарів через Інтернет у режимі он-лайн і придбання їх за віртуальні гроші здійснюються покупцями легше й частіше, споживач очікує, що продукція повністю відповідатиме його потребам, а інформація миттєво з'являтиметься на сайті компанії в емоційно-модному та персональному виконанні.

Отже, можемо зробити висновок, що, якщо сьогодні для бренда позитивна емоція споживача є стратегією, то із застосуванням цифрових технологій в умовах пандемії вона перетворюється на тактику. Нині, щоб людина здійснила купівлю товарів оф-лайн, тобто безпосередньо в магазині, їй необхідно попередньо «вийти» в он-лайн: необхідно показати їй товар у каталозі, допомогти знайти магазин, з'ясувати його адресу та години роботи [6]. Зазначимо, що під час пандемії істотно підвищилася актуальність питання лояльності до брендів. Згідно з дослідженням EY Future Consumer Index близько 61% споживчої аудиторії хоче купувати продукцію від white label бізнесу. Концепція партнерської програми white label заснована на співробітництві двох компаній, де одна виробляє товар, а інша продає його під своїм брендом. Тобто зв'язка «бренд-продукція» втратила колишню силу: тепер споживачі фокусуються на цінностях, що транслюються бізнесом [7].

Т. Антропова говорить про потребу системності розробки й упровадження бренду, що визначається такими чинниками:

– успішність бренду досягається його відповідністю очікуванням споживачів, наданням додаткової цінності, задоволенням психологічних потреб споживачів;

– функціональні показники бренду можна і слід об'єктивно вимірювати, а також підтверджувати технологічні характеристики продукту, ґрунтуючись на оцінках незалежних експертів;

– образ торгової марки узгоджується із цільовими уявленнями групи споживачів, а престижний та успішний образ марки створюється за допомогою комунікативної підтримки, зокрема реклами або спонсорами, у яких торгова марка асоціюється із привабливими або відомими людьми;

– підґрунтям успішного просування певного товару, що окупить затрати на його створення, є формування стійкого переконання потенційних покупців на основі порівняльних оцінок про продукт виробника, а також переконливість ціннісних пропозицій щодо товару певного бренду [9, с. 46–51].

Опитування споживачів та аналіз експертних оцінок підтверджують стабільне збільшення популярності вітчизняних брендів, причому орієнтація споживача на той чи інший бренд залежить від його соціального стану. З огляду на постійне збільшення кількості різноманітних брендів, представлених в Україні, можна зробити висновок, що брендинг на українському ринку активно розвивається. Успішність розвитку бренду як маркетингового інструменту й об'єкта бренд-менеджменту в Україні безпосередньо залежить від роботи організації у напрямі бренд-менеджменту. Незважаючи на те, що більшість українських брендів перебувають на початковому етапі життєвого циклу, їхня вартість щорічно зростає. Головний чинник, який сприяє зростанню вартості бренду, – динаміка розвитку ринків, адже наявність бренду дозволяє будь-якій компанії мати конкурентну перевагу [9].

Оскільки сьогодні спостерігається відмова споживачів від масової, типової продукції, потреба мати можливість обирати саме такий товар, який задовольняє певні особисті потреби та купувати ці товари у найзручніший спосіб, особливе значення має і внутрішня брендова культура [10, с. 100–105], що дозволяє переорієнтувати стратегію підприємства зі стратегії масового маркетингу на стратегію фокусування з урахуванням всіх особливостей сегментів [11]; сприяти формуванню постійної бази споживачів прихильників бренду, зростанню ступеня довіри до нього, а також позитивного іміджу, що може стати абсолютною або відносною перевагою в конкурентному середовищі [12].

Оцінюючи ситуацію із брендами в Україні, не можна не відзначити, що:

– бренд концентровано представляє бачення бізнесу, бізнес-план, корпоративну культуру, імідж і багато інших сторін ділового життя, впливаючи на рівень довіри до нього потенційних інвесторів і споживачів;

– сучасний бренд і бренд майбутнього – це набагато більше, ніж просто інструмент маркетингу, він поступово стає інструментом управління, що застосовується у всій організації та за її межами, охоплює дилерів, постачальників, інвесторів і клієнтів;

– на східноєвропейських ринках діє дуже сильний чинник ціни, тому вірності брендам у нашій країні досягти досить важко, а для успішного досвіду бренд має нести у маси якісну послугу чи товар і відповідати за це;

– психологічна й емоційна складова частини реклами бренду мають велике значення, але, якщо немає належної якості товару, то споживач «не повернеться» до цього бренду;

– ефективний брендинг в Україні потребує переходу на новий, систематизований, більш професійний рівень стратегій і тактик, механізмів та інструментів бренд-орієнтованої реклами, бренд-маркетингу.

Одним із основних кроків підвищення ефективності комунікації виробника та споживача є просування брендів в Інтернет-просторі, що, на відміну від прямої традиційної реклами, має переважно іміджевий характер. Інтернет-реклама є важливою складовою частиною маркетингової стратегії сучасної компанії, оскільки допомагає просувати товари та послуги на нові ринки й добре сприймається тими, хто користується комп'ютерами та смартфонами. Основні принципи та технології Інтернет-реклами відрізняються від телебачення, радіо та преси. Наприклад, трансляція реклами на телебаченні та радіо не потребує активної участі користувача: це більш пасивний вид медіа. В Інтернеті все діє навпаки: користувачеві необхідно виконати певні дії, що зумовлює інтерактивний характер взаємодії. З іншого боку, у соціальних мережах бренду легше поширювати певні оголошення та контент, який має переглянути певна цільова аудиторія, причому витрати можна контролювати [14]. Дослідження вказують, що Інтернет-комунікації «не приносять» різкого миттєвого збільшення продажу, але допомагають створити імідж бренду та сформуванню сприятливого ставлення цільової аудиторії.

Зберегти свою аудиторію і навіть знайти нову під час пандемії – виклик, на який намагалися відповісти багато брендів. Від початку пандемії в інформаційному просторі втрималися переважно ті бренди, які змогли адаптувати свої комунікаційні стратегії під нову реальність і залишилися чесними зі своєю аудиторією. Доцільно зауважити, що Інтернет-реклама порівняно з рекламою друкованих ЗМІ щодня стає ефективнішою. В умовах карантину мережею Інтернет користується дедалі більший сегмент споживачів. На відміну від ЗМІ, реклама засобами Інтернет є найбільш швидкою, на її розповсюдження витрачається менше коштів. Перевагою є й те, що реклама в Інтернеті націлена на цільову аудиторію, аналітичні канали дозволяють відстежувати статистику цих рекламних показів. Сьогодні засоби мережі Інтернет дозволяють виробникам здійснювати свою діяльність не лише оф-лайн, а й через соціальні мережі та спеціальні галузеві сайти, даючи змогу поєднувати продаж товарів он-лайн із наданням багатогранної соціально корисної інформації своїм споживачам [14].

Висновки і пропозиції. На основі аналізу ключових понять бренду та брендингу, етапів створення бренду відповідно до потреб споживача та ринкових умов, а також інших взаємопов'язаних чинників виявлено, що сьогодні українські бренди все ще відстають від світових галузевих лідерів, програючи їм за часом розвитку, маркетинговою діяльністю, залученням великих матеріаловкладень, вдалими PR-заходами та безпосередніми шляхами популяризації бренду, які дозволяють йому окупити себе. Основними проблемами розвитку вітчизняного брендингу залишається недостатня конкурентоспроможність вітчизняних брендів порівняно із закордонними (у сфері високих новітніх технологій, побутової техніки та ін.), нестача висококваліфікованих спеціалістів. До перспективних шляхів розвитку ефективного брендингу в Україні та переходу його на новий, систематизований, удосконалений, професійний рівень ведення належать стратегії, механізми й інструменти бренд-орієнтованої реклами, бренд-маркетингу мереживними засобами. Одним із основних засобів підвищення ефективності комунікації виробника і споживача в умовах пандемії є просування брендів в Інтернет-просторі, що, на відміну від прямої традиційної реклами, має переважно виражений іміджевий характер. Інтернет-реклама є важливою складовою частиною маркетингової стратегії сучасної компанії, оскільки допомагає просувати товари та послуги на нові ринки та добре сприймається тими, хто користується комп'ютерами та смартфонами.

Комплексний підхід, що ґрунтується на зіставленні аудиторії, каналу комунікації, повідомлень і запитів споживачів дозволяє впроваджувати основні принципи брендингу на широку аудиторію, не розмиваючи стратегію бренду. Встановлено, що від початку пандемії в інформаційному просторі втрималися переважно ті бренди, які змогли швидко адаптувати свої комунікаційні стратегії під нову реальність, активно використовували Інтернет-комунікації та залишилися чесними зі своєю аудиторією. Особливе значення має те, що сьогодні засоби мережі Інтернет дозволяють виробникам здійснювати свою діяльність і через соціальні мережі та спеціальні галузеві сайти, таким чином даючи змогу поєднувати продаж товарів он-лайн із наданням багатоаспектної соціально корисної інформації своїм споживачам.

Список використаної літератури

1. Темпорао П. Ефективный бренд-менеджмент / пер. з англ, под ред. С.Г. Божук. Санкт-Петербург : Нева, 2003. URL: https://stud.com.ua/63283/marketing/ponyattya_branding/ (дата звернення: 12.10.2021)
2. Сороковіст Л. Загальне управління брендами. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 1. С. 34–39.
3. Зозульов О., Нестеров Ю. Моделі брендингу. *Маркетинг в Україні*. 2006. № 5. С. 43–45.
4. Макашев М.О. Бренд : навчальний посібник. 2014. 207 с.
5. Брендинг в діяльності ринкового суб'єкта. URL: https://sites.google.com/site/brandingsoccult/branding_in_business_activities/ (дата звернення: 10.10.2021).

6. Споживацькі настрої українців у 2020 році (Вплив COVID-19 на споживацьку поведінку українців): URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/Press-release/RWD%202020%20UA.pdf/> (дата звернення: 14.10.2021).
7. Новые правила продвижения: как пандемия изменила маркетинг. URL: <https://info.pric.ua/category/blog/> (дата звернення: 11.10.2021).
8. Антропова Т. Осколки бренда. Как создавать и развивать бренды. *Индустрия рекламы*. 2006. № 15. С. 46–51.
9. Рожков І.Я., Кісмерешкин В.Г. Особливості сучасного брендингу : навчальний посібник. 2013. 90 с.
10. Фролов І.В., Колосніченко М.В., Пашкевич К.Л. Особливості розробки бренду в умовах сучасної української fashion-індустрії. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. 2015. № 3. С. 100–105.
11. Анхолт, Сімон. Брендинг: дорога до світового ринку. 2014. 270 с.
12. Смит П. Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга : учебное пособие / под ред. Л.Ф. Никулина. Москва, 2001. 415 с.
13. Просування бренда засобами інтернет-реклами. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=815393/> (дата звернення: 9.09.2021).
14. Панфілова Д.А. Цифровізація бізнесу в умовах пандемії: розквіт e-commerce. *Цифрові трансформації України 2020: виклики та реалії* : збірник наукових праць НДІ ПЗІР НАПрН України № 1 за матеріалами круглого столу, 18 вересня 2020 р. Харків, 2020. С. 125–130. URL: http://www.marketing.spb.ru/mr/media/online_adv.htm. (дата звернення: 9.09.2021).

Afanasyeva L. V., Glebova N. I., Zhrebna T. V., Zaretska R. V. Social networks in the context of brand promotion under quarantine

The article systematizes the principles of effective use of social networks for brand building and successful branding activities and identifies the most effective information channels for promoting brands on social networks in quarantine. The main features of effective brand building are identified, key aspects of successful branding activities are identified. The main problems in the development of domestic branding are the lack of competitiveness of domestic brands compared to foreign ones and the lack of highly qualified specialists. Strategies, mechanisms and tools of brand-oriented advertising, brand-marketing by network means belong to the perspective ways of development of effective branding in Ukraine and its transition to a new, systematized, improved, more professional level of management. Based on the results of the analysis of existing trends in the development of brands in the fashion industry in Ukraine, it is established that in the conditions of quarantine a promising direction of their further development is the internal branding culture with the widest possible use of social networks. The value of the study lies in the scientific systematization of key features of effective brand building and identifies key aspects of effective development and successful branding according to the principles of selection and popularity criteria and determining the most effective information channels for brand promotion in quarantine. The results of the study can be used to further study the problem of development of brands in the fashion industry in Ukraine, with emphasis on the development of internal branding and the widest possible use of the potential of social networks in quarantine caused by the Covid-19 pandemic.

Key words: brand, branding, brand management, consumer environment, social networks.

УДК 316.334.2

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.2>

О. В. КАЦЬОРА

кандидат соціологічних наук,
старший викладач кафедри соціології та соціальної роботи,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМА: АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розкрито поняття безробіття як соціально-економічного явища, за якого частина економічно активного населення не може продати свою робочу силу, а отже, не зайнята у виробництві товарів і послуг, тобто стає надлишковою, поповнюючи резервну армію праці. Зазначено, що тема боротьби з безробіттям завжди перебуває у полі зору дослідників соціально-економічних проблем, оскільки безробіття є одним із найважливіших макроекономічних показників, який найбільше впливає на кожну людину. Метою статті є вивчення стану безробіття на регіональному рівні (на прикладі Закарпатської області). Для досягнення цієї мети було використано системний аналіз (для опису проблеми безробіття та його соціальних наслідків) і статистичний аналіз (для окреслення стану безробіття у Закарпатській області).

Розкрито динаміку стану безробіття у Закарпатській області, а також доведено, що на ринку праці області спостерігається невеликий дисбаланс між попитом на робочу силу та її пропозицією. Проаналізовано стан безробіття в Україні та країнах Європейського Союзу для порівняльної оцінки гостроти соціальної проблеми безробіття у Закарпатській області. Звернено увагу на те, що в Україні, зокрема у Закарпатській області, ситуація на ринку праці не була катастрофічною навіть у найгірші часи, навіть у 1990-х рр. масового безробіття не було. У 2008–2011 рр., з початком світової фінансово-економічної кризи у країні також не було великого зростання безробіття. Це пояснюється значним розповсюдженням латентного безробіття у вигляді формально «добровільних» неоплачуваних відпусток, скорочення робочого тижня

У статті підкреслено, що безробіття на макросоціальному рівні призводить до негативних наслідків, зокрема до бідності та маргіналізації великих груп населення як професійних, так і статево-вікових категорій, міграції небажаного характеру, посилення соціальної напруги, нестабільності та конфліктогенності у суспільстві тощо. Виокремлено наслідки безробіття на мікросоціальному рівні, серед яких загроза деградації особистості через відлучення від праці, звичного укладу життя, колективу як соціального оточення, погіршення психологічного здоров'я людини, що призводить до депресивного стану та сприяє втягуванню в алкогольну чи наркотичну залежність тощо.

Ключові слова: соціальна проблема, безробіття, Закарпатська область, наслідки безробіття, бідність.

Постановка проблеми. У Закарпатській області й у сучасному українському суспільстві загалом, враховуючи фінансову-економічну кризу та військовий конфлікт на сході України, поширилися «традиційні» соціальні проблеми (безробіття, бідність, відсутність житла, трудова міграція, інвалідність), а також виникли «нові» соціальні проблеми, такі як внутрішня міграція (вимушене переселення людей із зони бойових дій на сході України) та реабілітація військовослужбовців, які брали участь в антитерористичній операції / операції об'єднаних сил.

Особливо актуальною темою є безробіття, що завжди перебуває у полі зору дослідників соціально-економічних проблем, оскільки є одним із найважливіших макроекономічних показників і найбільше впливає на кожну людину. Втрата робочого місця для більшості людей означає нестійкість економічного становища та зниження їх життєвого рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язання проблеми безробіття активно займаються вітчизняні науковці, зокрема С. Бандура, І. Бондар, І. Давидова, О. Грішнова, С. Дзюба, Є. Лібанова, С. Мочерний, А. Фесенко та ін. Аналіз динаміки ринку праці та його основні структурні елементи висвітлено у роботах В. Брича, С. Гринкевича, О. Кавуза, І. Кочуми, Т. Петрушиної, І. Соколовського та ін. Питаннями подолання безробіття займалися О. Дорошко, С. Голіней, Г. Лех, Ю. Літвінова, В. Михальченко.

Метою статті є вивчення стану безробіття у Закарпатській області.

Виклад основного матеріалу. У «Тематичному словнику-довіднику із соціології» безробіття тлумачиться як «соціально-економічне явище, за якого частина економічно активного населення не може продати свою робочу силу, а отже, не зайнята у виробництві товарів і послуг, тобто стає надлишковою, поповнюючи резервну армію праці» [1, с. 93]. За визначенням Міжнародної організації праці, безробітними вважаються особи працездатного віку (від 15 років), які одночасно відповідають трьом умовам: впродовж останніх чотирьох тижнів не мали прибуткового заняття, тобто не працювали на роботі за наймом і не були самозайнятими; впродовж останніх чотирьох тижнів активно шукали роботу або намагалися організувати власну справу; впродовж найближчих двох тижнів були готові почати роботу, тобто почати працювати за наймом або на власному підприємстві з метою отримання доходу [2].

Для ілюстративного представлення проблеми безробіття у Закарпатській області звернемося до статистичної інформації. Для загального розуміння проблеми безробіття краю розглянемо основні показники ринку праці за 2010–2019 рр. (табл. 1).

Як свідчать дані табл. 1, кількість безробітного населення протягом 2010–2019 рр. коливалася як у бік збільшення, так і у бік зменшення. Згідно з результатами вибіркового обстеження домогосподарств із питань економічної активності загальна кількість зайнятого населення віком 15–70 років у 2018 р. становила 502,4 тис. осіб,

Таблиця 1

Основні показники ринку праці Закарпатської області у 2010–2019 рр.

Рік	Економічно активне населення, тис. осіб		у тому числі			
	у віці 15–70 років	працездатного віку	зайняте населення, тис. осіб		безробітне населення, тис. осіб	
			у віці 15–70 років	працездатного віку	у віці 15–70 років	працездатного віку
2010	582,2	543,2	531,8	492,9	50,4	50,3
2011	577,9	540,7	522,7	485,5	55,2	55,2
2012	581,4	548,4	530,8	497,8	50,6	50,6
2013	586,8	553,8	541,2	508,2	45,6	45,6
2014	574,5	554	521,4	500,9	53,1	53,1
2015	571,8	550,5	519,3	498	52,5	52,5
2016	561,8	545,6	505,5	489,3	56,3	56,3
2017	554,5	539,3	496,3	481,1	58,2	58,2
2018	558,5	542,1	502,4	486,0	56,1	56,1
2019	559,8	544,3	508,9	493,4	50,9	50,9

Джерело: складено автором за даними [3]

а кількість безробітних – 56,1 тис. осіб. Рівень зайнятого населення віком 15–70 років порівняно з відповідним періодом 2017 р. збільшився на 0,7 в.п. та склав 54,5%, а серед осіб працездатного віку – на 1,0 в.п. та 61,6% відповідно. Серед професійних груп, які зареєстровані безробітними, переважають представники простих професій та особи без професії (19,8%), працівники сфери торгівлі та послуг (16,8%), законодавці, державні службовці (11,9%); кваліфіковані робітники (11,8%) і кваліфіковані робітники, котрі займаються сільським господарством (10,6%).

Кількість зайнятого населення у віці 15 років і старше у Закарпатській області у середньому за 2019 рік становила 509,6 тис. осіб, а рівень зайнятості – 50,8%. Кількість зайнятого населення у віці 15–70 років в області у середньому за 2019 р. порівняно із 2018 р. зросла на 6,5 тис. осіб і становила 508,9 тис. осіб. Рівень зайнятості населення у віці 15–70 років зріс із 54,5% до 55,4%. Кількість безробітного населення (за методологією МОП) у віці 15 років і старше у Закарпатській області у 2019 р. становила 50,9 тис. осіб, а рівень безробіття – 9,1%. Чисельність безробітного населення (за методологією МОП) у віці 15–70 років в області у середньому за 2019 р. порівняно із 2018 р. скоротилася на 5,2 тис. осіб і становила 50,9 тис. осіб. Рівень безробіття населення

у віці 15–70 років (за методологією МОП) становив 9,1% робочої сили (у середньому за 2018 р. – 10,0%) [3].

За даними Закарпатського обласного центру зайнятості, на ринку праці області спостерігається невеликий дисбаланс між попитом на робочу силу та її пропозицією. Так, станом на 1 червня 2019 р. у середньому по Закарпатській області на 1 вакансію претендувало 2 безробітні особи (для порівняння, на 1 червня 2015 р. – 11 осіб). За професійними групами найбільший попит спостерігався на кваліфікованих робітників з інструментом (39,2% від усіх вакансій), робітників з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування (13,8%) і працівників сфери торгівлі та послуг (13,1%), тоді як 21,6% шукачів роботи із числа зареєстрованих безробітних – особи без професії або такі, що займали місця, які не потребують спеціальної підготовки [4].

В Україні рівень безробіття у 2019 р. серед населення у віці 15–70 років становив 8,2%, серед населення працездатного віку – 8,6%. За регіонами країни найвищий рівень безробіття серед осіб працездатного віку упродовж останніх років зберігається у Луганській (16,2%) і Донецькій (14,5%) областях. Крім того, ще у 12 регіонах рівень безробіття перевищує 10%, у тому числі й у Закарпатській області – 10,1%. Найменше безробітних працездатного віку проживають у Харківській і Київській областях, де його рівень становив 6,1% і 6,4% відповідно (Державна служба статистики України, 2019). Ситуація на ринку праці України вимагає системних трансформацій, як економічних, так і соціальних. Відсутність необхідних змін у системі господарювання загрожують подальшим загостренням кризового стану як ринку праці, так і країни загалом. Хоча на рівні тенденції напруженість на ринку праці за останні п'ять років, за оцінками громадян, пом'якшала (відбувається це не через появу нових робочих місць, а виключно завдяки трудовій міграції населення), загалом ситуація залишається критичною. Якщо, за даними соціологічних досліджень, у 2014 р. знайти роботу у своєму населеному пункті за кваліфікацією і достатнім заробітком було важко для 85,1% громадян, а будь-яку роботу – для 60%, у 2018 р. ці показники становили відповідно 73,8% і 45,1%. І хоча у 2018 р. помітне зниження цього показника до рівня, аналогічного 2002–2008 рр., робити однозначний висновок про покращення ситуації на ринку праці ще передчасно [5, с. 140].

Скорочення чисельності безробітних із початку 2019 р. характерне для Європейського Союзу. Так, у I кварталі 2019 р. у країнах ЄС рівень безробіття серед економічно активного населення становив 6,8% проти 7,4% у I кварталі 2018 р. Чисельність безробітних становила 15,4 млн осіб, або скоротилася порівняно з указаним періодом на 1,4 млн осіб. Найвищі показники безробіття серед країн ЄС зафіксовані у Греції (19,1%) та Іспанії (14,7%), найнижчий – у Чехії (2,0%). Країни з високорозвиненою економікою, такі як США та Японія також

забезпечили скорочення безробіття серед економічно активного населення, а його рівень у I кварталі 2019 р. становив 4,1% і 2,4% відповідно. Безробіття у Білорусі та Росії у I кварталі поточного року було на рівні 4,6% і 4,8% відповідно проти показника 5,1% у аналогічному періоді минулого року [6].

В Україні, зокрема Закарпатській області, ситуація на ринку праці не була катастрофічною навіть у найгірші часи, навіть у 1990-х рр. масового безробіття не було. У 2008–2011 рр., із початком світової фінансово-економічної кризи, у країні також не було великого зростання безробіття. Це пояснюється значним розповсюдженням латентного безробіття у вигляді формально «добровільних» неоплачуваних відпусток, скороченням робочого тижня [7, с. 42].

Акцентуючи увагу на безробітті як на соціальній проблемі, зупинимося детальніше на соціальних наслідках безробіття. Зокрема, російський соціолог В. Локосов виділяє наступні наслідки безробіття на макросоціальному рівні:

- бідність і маргіналізацію великих груп населення як професійних, так і статево-вікових категорій;
- зростання соціальних патологій, проявів асоціальної та делінквентної поведінки, внаслідок чого формується криміногенна ситуація;
- формування субкультури безробіття як способу життя;
- міграції небажаного характеру, зокрема, трудові маятникові, незворотні, нелегально кримінальні (торгівля людьми, вербування військових найманців) тощо;
- посилення соціальної напруги, нестабільності та конфліктогенності у суспільстві або регіоні [8, с. 88].

Як бачимо, наслідком безробіття можуть бути й інші соціальні проблеми (бідність, міграція, злочинність), на яких зупинимося пізніше. Крім макросоціальних наслідків безробіття, варто звернути увагу на вплив безробіття на окрему особистість. Отже, український соціолог А. Фесенко розглядає такі наслідки безробіття на мікросоціальному рівні:

- безробіття відбирає соціальні можливості у людини, руйнує її перспективи та плани, почуття свободи, впевненість у завтрашньому дні, потреби, захищеності тощо;
- безробіття загрожує деградацією особистості через відлучення від праці, звичного укладу життя, колективу як соціального оточення;
- безробіття погіршує психологічне здоров'я людини, внаслідок чого людина може опинитися у депресивному стані, що сприяє втягненню в алкогольну чи наркотичну залежність;
- безробіття підриває сімейні стосунки не лише через неможливість задовольняти матеріальні потреби сім'ї внаслідок нестачі доходу, але й через психологічні моменти [9, с. 68].

Висновки і пропозиції. Цей аналіз вказує на безробіття як на комплексну соціальну проблему, загострення якої руйнує соціальні,

економічні, демографічні, культурні основи соціуму. Таким чином, загрози загострення безробіття та його наслідків, особливо серед вразливих категорій населення, вимагає вироблення та втілення практичних механізмів його подолання чи мінімізації наслідків безробіття як на макро-, так і на мікросоціальному рівнях, враховуючи процеси адміністративної реформи в Україні та передачі влади у територіальні громади. На наш погляд, подальші дослідження слід присвятити вивченню практичних механізмів зменшення рівня безробіття, а також мінімізації його наслідків на рівні територіальних громад в Україні.

Список використаної літератури

1. Тематичний словник-довідник з соціології / за ред. В.В. Кохана; укл. А. Александровська, Є. Буга, Ю. Ткачук та ін. Чернівецький національний університет. Чернівці, 2009. 112 с.
2. Indicator description: Unemployment rate. URL: <https://ilostat.ilo.org/resources/methods/description-unemployment-rate/> (Last accessed: 12.08.2021).
3. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/>.
4. Закарпатський обласний центр зайнятості. URL: www.dcz.gov.ua/zak/.
5. Петрушина Т., Соколовський І. Соціологічні показники стану ринку праці України: актуальні проблеми та виклики. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін* / за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ : Інститут соціології НАН України. 2018. С. 139–147.
6. Eurostat. Statistical report. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/publications/statistical-reports> (Last accessed: 12.08.2021).
7. Макарова О.В. Соціальна політика в Україні : монографія / Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. Київ, 2015. 244 с.
8. Локосов В.В. Стабильность общества и система предельно-критических показателей его развития. *СОЦИС*. № 4. 1998. С. 86–94.
9. Фесенко А.М. Безробіття як комплексна соціальна проблема. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер.: Соціологія*. 2008. Т. 103. Вип. 90. С. 66–70.

Katsora O. V. Unemployment as a social problem: analysis of the situation in the Transcarpathian region

The article reveals the concept of unemployment as a socio-economic phenomenon in which part of the economically active population can not sell their labor, and therefore not engaged in the production of goods and services, ie becomes redundant, replenishing the reserve army. It is noted that the topic of combating unemployment is always in the field of view of research on socio-economic issues, as unemployment is one of the most important macroeconomic indicators, which has the most direct and strong impact on each person. Therefore, the aim of the article is to study the state of unemployment at the regional level (on the example of the Transcarpathian region). To achieve this goal, a systematic analysis (to describe the problem of unemployment and its social consequences) and statistical analysis (to outline the state of unemployment in the Transcarpathian region) were used.

The dynamics of unemployment in the Transcarpathian region is revealed, and it is also proved that in the labor market of the region there is a small imbalance between the demand for labor and its supply. The state of unemployment in Ukraine and the countries of the European Union is analyzed for a comparative assessment of the severity of the social problem of unemployment in the Transcarpathian region. It is noted that in Ukraine, in particular in the Transcarpathian region, the situation on the labor market was not catastrophic even in the worst times, even in the 1990s there was no mass unemployment. In 2008–2011, with the onset of the global financial and economic crisis, there was also no significant increase in unemployment in the country. This is due to the significant spread of latent unemployment in the form of formally “voluntary” unpaid leave, reduction of the working week

The article emphasizes that unemployment at the macro-social level leads to negative consequences, including poverty and marginalization of large groups of the population, both occupational and gender age groups, migration of undesirable nature, increasing social tension, instability and conflict in society and more. The consequences of unemployment at the microsocial level are highlighted, including the threat of degradation of the individual due to separation from work, habitual lifestyle, team as a social environment, deterioration of psychological health, as a result of which a person may be depressed, leading to alcohol or drug addiction. etc.

Key words: social problem, unemployment, Zakarpattia region, consequences of unemployment, poverty.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316 .01:378:01+351(477)

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.3>

Л. А. ЛЯПІНА

кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри соціології,
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ

У статті розглядається проблема якості вищої освіти в Україні та наводяться пропозиції щодо її покращення. Прискорення процесів, що відбуваються у суспільстві, наростання глобальних загроз потребують докорінних коригуючих змін у всіх сферах людської діяльності, у тому числі й освітній. У нашій країні реформування освіти визначається головним завданням української освітньої політики – забезпеченням сучасної якості освіти на основі відповідності актуальним і перспективним потребам особистості, суспільства і держави. Підвищення якості освіти є однією з головних цілей реформи і європейської системи вищої освіти, проголошеної Болонською декларацією. Визначено мету статті: дослідження впливу основних факторів на якість освіти, виокремлення першочергових завдань, які стоять перед українськими закладами вищої освіти, окреслення можливих підходів до їх вирішення. Розкрито суть якості освіти, котра розглядається як багатоаспектний феномен, що має соціальні й особистісні характеристики. Розкрито суть факторів, які забезпечують покращення якості освіти, таких як система управління закладом вищої освіти, рівень підготовки абітурієнтів і організація їх відбору, зміст освітніх програм, кваліфікація і мотивація діяльності професорсько-викладацького складу, організація навчального процесу, технології навчання, матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу, врахування потреб ринку праці у молодих фахівцях та організація зв'язків із роботодавцями, організація контролю освітнього процесу і його результатів тощо. Розглянуто можливість їх застосування в Україні.

Ключові слова: освіта, вища освіта, якість освіти, освітній процес, заклади вищої освіти.

Постановка проблеми. Прискорення процесів, що відбуваються у суспільстві, наростання глобальних загроз потребують докорінних коригуючих змін у всіх сферах людської діяльності, у тому числі й освітній. У нашій країні напрямки реформування освіти визначаються головним завданням української освітньої політики – забезпеченням сучасної якості освіти на основі відповідності актуальним і перспективним потребам особистості, суспільства та держави. Підвищення якості освіти є однією з головних цілей реформи і європейської системи вищої освіти, проголошеної Болонською декларацією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поступово якість освіти перетворилася на критерій ефективності та головний принцип системи освіти. Важливість питання підвищення якості освіти визначається також її активним обговоренням серед інтелектуальної спільноти. Це питання досліджували такі вчені, як М. Згуровський, В. Андрущенко, В. Огнев'юк, В. Кушерець, В. Кремень, О. Скідін, І. Надольний, М. Култаєва, С. Ніколаєнко, М. Лукашевич, М. Романенко, М. Степко, М. Михальченко, Н. Щипачова та інші дослідники.

Мета статті – дослідити вплив основних факторів на якість освіти, виокремлюючи першочергові завдання, які стоять перед українськими закладами вищої освіти, окреслити можливі підходи до їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до програмних документів ЮНЕСКО «Реформа і розвиток вищої освіти» (1995 р.) якість освіти розглядається як багатостороння концепція, що охоплює всі основні функції та види діяльності вишу, і як важлива складова частина, котра визначає можливість випускника швидко й ефективно включитися у трудову діяльність в інтересах суспільства, роботодавця і заради власної користі [2, с. 19].

Якість освіти – це багатогранне поняття, яке за своєю суттю характеризує різні сторони освітнього процесу. Його трактують як результат навчальної діяльності людини, суспільний ідеал її освіченості, забезпечення навчання, критерій функціонування системи освіти. У широкому значенні якість освіти визначають як відповідність системи освіти її стандартам, потребам і цілям. Якщо базуватися на вимогах міжнародних стандартів якості продукції чи послуг, то під якістю освіти доцільно розуміти сукупність характеристик і властивостей освітнього процесу, які здатні задовольняти освітні потреби всіх учасників освітнього процесу – студентів, учнів, викладачів, батьків, управлінців, роботодавців тощо, тобто суспільство і державу загалом [1, с. 3].

У рамках соціології якість освіти розглядається як багатоаспектний феномен, що має соціальні й особистісні характеристики. Соціальний аспект пов'язаний з ефективністю функціонування освіти як системи й інституту, її включеністю в економічну, соціально-політичну, соціокультурну сфери суспільства. Особистісний передбачає аналіз впливу освіти на діяльність особистості, її суб'єктивні (знання, вміння, навички, споживчо-мотиваційні параметри) й об'єктивні (успішність

працевлаштування, професійне становлення, кар'єрне зростання тощо) характеристики.

Отже, множинність підходів до розуміння поняття «якість освіти» не тільки призводить до можливості його наповнення різним змістом, але й суттєво перешкоджає визначенню ефективних способів її підвищення.

Фактори, що впливають на якість освіти, як відомо, численні. До основних можна віднести: систему управління закладом вищої освіти, рівень підготовки абітурієнтів і організацію їх відбору, зміст освітніх програм, кваліфікацію та мотивацію діяльності професорсько-викладацького складу, організацію навчального процесу, технології навчання, матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу, врахування потреб ринку праці у молодих фахівцях та організацію зв'язків із роботодавцями, організацію контролю освітнього процесу і його результатів.

Розглянемо вплив деяких факторів на якість освіти, виділяючи, на наш погляд, першочергові завдання, які стоять перед українськими закладами вищої освіти, і коротко обговоримо можливі підходи до їх вирішення.

Перше. Система управління закладом вищої освіти, як і будь-якою іншою організацією, визначає результати у всіх сферах його діяльності. Щодо організації управління, то вища освіта досить консервативна і використовує застарілі підходи, прийоми та методи. Наслідком цього є не тільки велика чисельність адміністративно-управлінського апарату, а й уповільнені реакції на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища закладу вищої освіти, зниження якості прийнятих рішень, складність оперативного вирішення нових завдань тощо.

Тож шлях до покращення роботи освітнього закладу є очевидним: в адмініструванні слід використовувати методологію сучасного менеджменту, тобто приділяти своєчасну і відповідну увагу прогнозуванню, поточному й оперативному плануванню, організації всіх видів діяльності освітнього закладу, мотивації всіх учасників освітнього процесу, контролю, удосконалюючи системи комунікації та методи прийняття рішень. За всіма цими напрямками накопичений великий досвід, і завдання полягає у його критичному осмисленні та використанні у сфері освіти. Слід надавати закладам вищої освіти більше самостійності у вирішенні питань, що стосуються різних сфер їх діяльності.

Варто відзначити, що, хоча новим законом і закладені основи автономії, фактично університети її не набули. Згідно з методологією ЄАУ рівень автономії вишів вимірюють за такими критеріями: фінансовим, академічним, кадровим, організаційним. У межах проєкту ATHENA, за підтримки програми ЄС TEMPUS, було досліджено стан автономії ЗВО України за період із 2012 по 2015 рр. Результати засвідчили, що завдяки законодавчим змінам рівень організаційної автономії підвищився із 44% до 68%, а академічної – із 51% до 57%, проте у межах

організаційної автономії залишилися без змін такі моменти: процедура вибору керівника, вимоги до його кандидатури, процедури встановлення строку перебування на посаді, усунення з посади. Слабким місцем академічної автономії лишається відсутність прав у ЗВО самостійно визначати правила прийому [3, с. 12].

Друге. Рівень знань вступників, їх особистісні характеристики та мотивація до отримання освіти за обраною спеціальністю відіграють вирішальну роль у їх подальшому навчанні. Несприятливі тенденції у цій сфері загальновідомі та зумовлені не тільки станом суспільства, культури, загальної освіти, а й тривалими змінами в економічній структурі країни, що породжують невизначеність щодо сфер діяльності випускників закладів вищої освіти.

Великий негативний вплив на молодих людей чинять орієнтири та ціннісні установки, прищеплені багатьма ЗМІ. Без сумніву, важливим і потрібним є посилення зв'язків освітніх закладів із громадськістю та школою, у тому числі і за допомогою створення освітніх комплексів (ця робота вже розпочата багатьма освітніми установами). Доцільно було би до процедури зарахування включити співбесіди зі вступниками.

Третє. Під час формування освітніх програм, а отже, і навчальних планів, слід задуматися про те, що ж є головним результатом здобуття освіти. На нашу думку, важливим є не так обсяг отриманих конкретних знань, скільки набуті навички системного мислення, вміння знаходити, обробляти і використовувати потрібну інформацію, бажання продовжувати навчання і самовдосконалення, здатність жити й успішно працювати серед інших людей.

Четверте. Роль особистості викладача в освіті завжди була визначальною. Науково-практичний і життєвий досвід викладача, який використовується у професійній діяльності, є суттєвою складовою частиною освітнього процесу. За роки реформ віковий склад професорсько-викладацького персоналу змінився не на краще, і велика частина молодих викладачів, котра прийшла до університетів та інших закладів вищої освіти, виявилася позбавленою можливості знайомства з науково-виробничим досвідом старшого покоління. Водночас вітчизняна вища освіта поки що має кваліфіковані науково-педагогічні кадри, які просто необхідно використовувати у реформуванні освіти. У 2018 р. серед загальної кількості викладачів академій, інститутів, університетів кандидати наук становили 48,7% (із 2014 р. їх питома вага зросла на 2,1 в.п.), доктори наук – 11,6% (зростання на 2,2 в.п.), професори – 8,9% (на 0,8 в.п. зменшення) [3, с. 8].

Крім того, необхідне термінове створення постійної системи підготовки та підвищення кваліфікації викладацьких кадрів для вищої школи. Для вітчизняних закладів вищої освіти потрібні фінансове забезпечення та державні гарантії мобільності як викладачів, так і студентів у міжнародному освітньому просторі. Зокрема, доцільно було би забезпечити закордонне стажування викладачів у провідних

університетах Європи, яке фінансується і координується державою або освітнім закладом, і збільшити кількість студентів, які за рахунок держави або університету навчаються за кордоном.

П'яте. Значно впливає на якість освіти рівень інноваційної діяльності та наукових досліджень в університетах, адже сучасні заклади вищої освіти мають займатися й активною науковою діяльністю та на цій основі готувати кадри вищої кваліфікації. Незалежні спостерігачі звертають увагу на низьку ефективність вітчизняних закладів освіти у контексті інноваційних досліджень, участі у формуванні світового банку знань. Також серйозної реструктуризації потребує нинішня мережа ЗВО. Реформування системи вищої освіти передбачає укрупнення закладів освіти, створення потужних університетів регіонального формату, які би забезпечували якісну наукову роботу й освіту, проте варто зазначити, що в Україні все-таки є (хоча й небагато) університети, що посідають провідні позиції у світових рейтингах. Наприклад, у 2018 р. 7 українських вишів були представлені у рейтингу Round University Ranking, 10 – у рейтингу Green Metrics World University Ranking (у 2014 р. було всього 3), 11 університетів – у рейтингу Scimago Institution Ranking [3, с. 11].

Шосте. Необхідне поліпшення матеріально-технічного забезпечення навчального процесу, зокрема йдеться про цифровізацію освітнього процесу, організацію дистанційного навчання, якісне наповнення Інтернет-ресурсів. У становленні інформаційного суспільства важливе значення має відкрита освіта як гнучка освітня система, доступна всім бажаним, без регламентації часу і періодичності вивчення певного курсу, програми, що існує на основі формалізації знань, їх передачі та контролю з використанням педагогічних та інформаційних технологій дистанційного навчання. В інформаційну епоху новою вимогою до системи освіти є насамперед доступність всіх до загальної інформації.

Сьоме. Потреба ринку праці у фахівцях того чи іншого профілю визначає і зміст навчання, і долю студентів, і майбутнє закладів вищої освіти. Швидке працевлаштування випускників на роботу за отриманою ними спеціальністю є однією із цілей освітнього процесу. Негативна тенденція спостерігається у зміні частки випускників ЗВО, котрі отримали направлення на роботу або швидко працевлаштувалися. Так, якщо у 2010 р. 27,8% випускників були офіційно працевлаштованими одразу ж після закінчення ЗВО, то у 2018 р. цей показник дорівнював лише 12,1%. Тобто ми бачимо, що майже 9 із 10-ти випускників ЗВО змушені самостійно працевлаштовуватися. Результати опитувань щодо знань фахівців-юристів, які претендують на перше робоче місце, свідчать про незадоволеність юридичних компаній-роботодавців рівнем навичок і знань претендентів – 37,2%, і лише 16,2% респондентів оцінюють знання випускників на «відмінно» і «добре» [4]. Загалом дві третини роботодавців говорять про нестачу професійних практичних навичок. Для усіх випускників основною проблемою роботодавці

вважають відірваність від практики теоретичних знань, невідповідність до роботи у реальному бізнесі [3, с. 16].

Моніторинг і прогнозування змін ринку праці у регіоні за всіма спеціальностями, за якими ведеться навчання, стають просто необхідними видами діяльності закладу вищої освіти для забезпечення його виживання. У зв'язку із цим важливе значення матиме встановлення постійних зв'язків із відповідними інститутами, підприємствами, організаціями регіону та випускниками освітніх закладів.

Восьме. Контроль у системі якості освіти, будучи найважливішим засобом встановлення зворотного зв'язку, повинен поширюватися як на освітній процес, так і на всі види діяльності закладів вищої освіти. Зміни у якості освіти та напрями її підвищення можуть бути встановлені тільки за результатами контролю. Для ефективного контролю необхідні знання контрольованих параметрів, котрі повинні задовольняти вимогу однозначної оцінки, і процедур, що дозволяють отримувати об'єктивні оцінки.

На жаль, наявна система оцінок знань студентів не відповідає вимогам ефективного контролю. Додаткові проблеми породжуються вимогами атестаційних екзаменів щодо знань і вмінь випускника. Побудова дієвої системи контролю вимагає визначення змісту поняття «якість освіти», конкретизації цілей освіти з кожної спеціальності, відповідного коригування кваліфікаційних вимог, встановлення параметрів і процедур, що підлягають контролю їх вимірювань.

І, нарешті, все ще відчутною в українській політиці є стара настанова щодо ставлення за залишковим принципом до освіти, науки і культури. Фінансування освіти потребує суттєвого розширення спектру та збільшення обсягу джерел надходжень коштів, що дозволить зберегти наукові вітчизняні школи, зменшити «відтік інтелекту» до зарубіжних країн, повернути тих науковців, які виїхали за кордон через фінансову та соціальну незахищеність, підняти престиж наукової та викладацької діяльності, тобто забезпечити умови для омолодження науково-педагогічного складу ЗВО, здатного здійснити ефективне реформування вищої освіти.

Висновки і пропозиції. Таким чином, можна зробити висновок про те, що якість освіти є результатом діяльності закладів вищої освіти у різних галузях. Процес її підвищення до рівня сучасних і перспективних вимог потребує управління, яке ґрунтуватиметься на системному підході та враховуватиме всі фактори, що впливають на результати навчання, у їх взаємозв'язку. Ми постаралися виділити основні із цих чинників і коротко окреслити їх роль у забезпеченні очікуваних результатів освіти та нашого спільного майбутнього, однак одного, найголовнішого питання ми лише торкнулися. Досягнення будь-якої мети, у тому числі і підвищення якості освіти, вимагає відповідного ресурсного забезпечення. Без нього досягти цілей реформування освіти, а також стати рівноправним учасником європейського освітнього простору Україна напевно не зможе.

Список використаної літератури

1. Вікторов В.Г. Регулювання якості освіти як філософсько-освітня проблема. Ін-т вищ. освіти АПН України. Київ, 2006. 130 с.
2. Реформа и развитие высшего образования. Программный документ (Париж, 1995). Высшее образование в XXI веке. Заключительный доклад. ЮНЕСКО Париж, 5–9 октября 1998. С. 19–33.
3. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки. Київ : МОН України, 2020. 71 с.
4. Звіт за результатами аналітичного дослідження «Знання та навички випускників юридичних факультетів та закладів вищої освіти через призму відповідності потребам ринку праці». Міністерство юстиції України. Київ, 2018. URL: https://uba.ua/documents/ZVIT_Jurosvita.pdf.

Liapina L. A. Quality of higher education in Ukraine and proposals for its improvement

The article deals with the problem of the quality of higher education in Ukraine and offers suggestions for its improvement. The relevance of the topic is justified, which is that the change in world dynamics, expressed, in particular, in the acceleration of processes taking place in society and the increase in threats from global problems, require fundamental corrective changes in all areas of human activity, including educational. In our country, the directions of educational reform are determined by the main task of the Ukrainian educational policy – ensuring the modern quality of education on the basis of meeting the current and promising needs of the individual, society and the state. Improving the quality of education is one of the main goals of the reform and European higher education system proclaimed by the Bologna Declaration. The purpose of the article is defined: to study the influence of the main factors on the quality of education, highlighting the priority tasks that Ukrainian higher education institutions face, and to determine possible approaches to solving them. The essence of the quality of education is revealed, including from the point of view of sociology, where the quality of education is considered as a multidimensional phenomenon with social and personal characteristics. The essence of the factors ensuring the improvement of the quality of education, such as: the system of management of higher education, the level of training of applicants and the organization of their selection, the content of educational programs, the qualification and motivation of the activities of faculty, the organization of the educational process, educational technologies, the material and technical support of the educational process, the consideration of the needs of the labor market in young specialists and the organization of relations with employers, the organization of control of the educational process and its results, etc. Possibilities of their application in Ukraine are considered.

Key words: education, higher education, quality of education, educational process, institutions of higher education.

УДК 316

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.4>

Д. А. МАТЮХІН

кандидат соціологічних наук

А. Г. СТАДНИК

кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та соціології,
Маріупольський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ ЯК УМОВА КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК

Доведено, що процес соціалізації молоді відбувається у різних соціально-культурних полях і просторах. Виокремлено такі сфери прояву соціальних практик: 1) соціальні практики дозвілля й вільного часу; 2) політичні; 3) соціальні; 4) субкультурні; 5) суспільно-громадські; 6) економічні; 7) освітньо-професійні; 8) релігійно-культурні; 9) соціальні практики у віртуальному просторі.

Обґрунтовано, що трансформаційні процеси у сучасному українському суспільстві значно ускладнюють соціалізацію молоді, її включення у соціальні відносини й набуття усталених форм соціальних практик: з одного боку, вони стають більш індивідуалізованими та диференційованими, з іншого – суперечать різним ціннісно-нормативним системам. Визначено соціокультурні та стилезжиттєві чинники формування та відтворення соціальних практик сучасної молоді.

Дослідження сучасних соціологів розкривають різні аспекти поведінкових проявів життєвого стилю як складної системи, результатом якої є сформованість усталеної сукупності соціальних практик. Соціальні практики виступають зовнішнім відображенням стилю життя особистості на рівні соціальної поведінки й моделей соціальної взаємодії, що передбачає включення індивіда у соціальні відносини. Проведений теоретичний аналіз дає змогу стверджувати, що стиль життя відображається у соціальних практиках як на рівні поведінкових патернів і моделей, так і на рівні ціннісно-мотиваційних інтенцій окремих індивідів і соціальних груп і спільнот, що може бути основою для емпіричного дослідження соціальних практик сучасної молоді.

Ключові слова: соціальні практики, молодь, інституціоналізація, механізми інституціоналізації соціальних практик.

Постановка проблеми. Сучасні соціально-економічні умови в Україні пов'язані не лише із трансформацією соціальних, економічних і політичних відносин, а й зі змінами у ціннісно-смысловій сфері особистості. Кризові явища у суспільстві унаочнюють механізм відображення соціально-економічних змін в індивідуальній свідомості, тому що створюють екстремальні умови для виживання людей,

змушуючи їх або до активного пошуку шляхів пристосування до нових форм існування, або до протидії змінам, що відбуваються, або до пасивного чекання повернення до минулого (яке ідеалізується). Ці варіанти поведінки, найчастіше неусвідомлювані, не можуть не позначитися на процесі трансформації ставлення людини до соціальної дійсності.

Молодь як велика соціально-демографічна група є включеною у процес суспільних трансформацій, і від її адаптаційної мобільності багато в чому залежать хід, інтенсивність та успішність змін суспільних відносин. Стабільність і розвиток українського суспільства визначаються великою мірою тим, наскільки активно й успішно молодь включається у суспільний простір, що є надзвичайно гетерогенним і стратифікованим. Суперечливі та різнорідні тенденції сьогодення зумовлюють необхідність пошуку нових підходів до аналізу процесу включення молоді до суспільства через виявлення особливостей формування соціальних практик. Вибір молоді як окремої соціально-демографічної групи, на прикладі якої доцільно вивчати особливості соціальних практик, не випадковий, тому що молодь є тією групою, котра активно проходить стадію соціалізації як форму засвоєння суспільних відносин. Тому логічно очікувати, що вона є соціальною групою, найбільш чутливою до соціальних змін у процесі переходу суспільства до інформаційної епохи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливого значення набувають сучасні дослідження соціальних практик у контексті певного регіонального соціуму, регіону як соціального простору (П. Бурдье, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, І. Кононов, Г. Коржов, О. Мусієзов, Л. Нагорна, Т. Парсонс, В. Серєда, П. Сорокін, О. Стегній, О. Філіппова, Ю. Габермас, М. Чурилов, Н. Черниш та ін.). Соціальний простір регіону зумовлює характерні моделі соціальної поведінки та локальні особливості соціальних практик, формування регіональної ідентичності. Унаслідок накладання регулятивних і самоорганізаційних процесів відбувається становлення регіональних спільнот із відповідними ідентичностями, які взаємодіють з іншими ідентичностями, визначаючи поведінку, орієнтири та соціальні практики різних соціальних груп. Серед останніх виділяється молодь, нагальна потреба вивчення соціальних практик якої актуалізується у сучасних умовах соціальних трансформацій, однак залишається недостатньо розкритою з погляду системного впливу як місцевих, так і загальнонаціональних чинників.

Мега статті – проаналізувати особливості та процес соціалізації молоді як умови конструювання соціальних практик.

Виклад основного матеріалу. З погляду сучасного соціального пізнання важливим є розгляд змісту основних підходів до визначення поняття «молодь». Ця соціально-вікова група перебувала у центрі соціологічної уваги як за радянських часів, так і за доби незалежності України. Одне із характерних для радянського бачення визначень

поняття «молодь» було надано В. Лісовським: «Молодь – покоління людей, що проходять стадію соціалізації, засвоюють, а у більш зрілому віці вже засвоїли освітні, професійні, культурні й інші соціальні функції; залежно від конкретних історичних умов вікові критерії молоді можуть коливатися від 16 до 30 років» [13, с. 48]. Термінологічно точніше визначення було подане І. Коном: «Молодь – це соціальна і демографічно визначена група, котра має певні вікові характеристики, специфіку соціального розвитку і соціального простору взаємодії та певні соціально-психологічні властивості. Молодість як визначена фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові межі, пов'язаний із нею соціальний статус і соціально-психологічні особливості мають соціально-історичну природу та залежать від суспільного устрою, культури та притаманних цьому суспільству особливостей соціалізації» [11, с. 85].

В. Чупров тлумачить молодь як «соціально-демографічну групу, виділену на основі зумовлених віком особливостей соціального стану молодих людей, їх місця і функцій у соціальній структурі суспільства, специфічних інтересів і цінностей» [21, с. 6]. Це визначення більш пов'язане з такою ознакою, як відмінності у способі життя, ціннісних орієнтаціях, коли молодь опановує духовні, трудові, морально-ціннісні основи не лише свого соціального майбутнього, а й суспільства загалом, що відображається у специфічних особливостях соціальних практик.

Однак наведені дефініції не вичерпують і частини спроб визначити це поняття. Дослідниця О. Каретна проаналізувала різні підходи до визначення поняття «молодь». Так, вона зауважує: «У соціально-психологічному підході молодь – це певний вік зі своїми біологічними особливостями та психологічними стосунками, і тому вона має всі особливості вікового класу. Згідно з конфліктологічним підходом молодь – це важкий, повний стресів і надзвичайно важливий період життя. У рольовому підході молодь – це особлива поведінкова фаза у житті, коли вони більше не грають (дитячих) ролей і водночас не є повноправними носіями ролей дорослого. У межах субкультурного підходу молодь – це група зі своїм специфічним способом життя, стилем поведінки, культурними нормами й цінностями. У соціалізаційному підході молодь – це період соціального зростання, первинної соціалізації, головна мета молоді – самовизначення, персоналізація. У суб'єктивному підході молодь – спрямованість у майбутнє, оптимізм, життєлюбність, жадання діяльності, відчуття себе (енергійним) молодим незалежно від реального віку. У межах процесуального підходу молодь – це ті, хто не досконалий, не інтегрований, перебувають у стані становлення, формування» [10, с. 289].

Сьогодні у науковій дослідницькій практиці важливим питанням є визначення вікових меж цієї соціально-демографічної групи. У Соціологічній енциклопедії підкреслено, що «молодість – процес, у рамках якого вік соціально конструється, інституціоналізується

та контролюється історичними та культурними особливостями. Відповідно хронологічні межі молодості залежать від суспільно-історичного розвитку, культури, способів і форм соціалізації, характерних для цього суспільства. У різні історичні епохи вікові межі молодості істотно відрізнялися. Розрізняються вони у традиційних і постіндустріальних суспільствах, у зв'язку із процесом акселерації. У соціологічній науці ці межі знаходяться між 14–16 і 25–29 роками» [18, с. 674].

Існує також нормативно-юридичний критерій визначення віку молоді як соціальної групи суспільства. Згідно із сучасним українським законодавством до молоді належать люди у віці із 14 до 35 років [9]. Основними характеристиками цього життєвого періоду є нестабільність соціального й економічного становища, матеріальна залежність від родини або системи соціального забезпечення. Тобто цей віковий період закінчується з набуттям соціальної зрілості, де критеріями можуть бути завершення процесу освіти й набуття професії, початок самостійного трудового життя, матеріальна незалежність від батьків, вступ у шлюб і народження першої дитини, одержання політичних і громадянських прав.

Однак варто зауважити, що молодь також можна поділити на декілька груп, які відповідають ступеню досягнення соціальної зрілості. Так, Б. Бондарець виділяє три основні групи [5, с. 33], такі як:

підліткова група (молодь до 19 років) – переважно учні середніх шкіл, професійних училищ, середніх спеціальних закладів і перших курсів ЗВО. Економічна залежність від старшого покоління припускає лояльне ставлення до ціннісних орієнтацій і норм поведінки оточення, але незакінченість процесу формування світогляду й інформаційна відкритість, швидше навіть незахищеність свідомості призводять до формування ціннісних орієнтацій, які включають взаємовиключні цінності, що потім може виявлятися у запереченні будь-яких соціальних правил і норм, у нігілізмі;

молодь у віці 20–25 років – студенти та молоді люди, котрі завершують або завершили професійну підготовку. Процес засвоєння соціальних норм, традицій суспільства у цьому віці вже проходить свою активну фазу, але формування ціннісних орієнтацій триває у зв'язку з активізацією практичної діяльності молодих людей;

молодь у віці 26–35 років – це переважно особи, які вже зробили професійний вибір, володіють певною кваліфікацією та деяким професійним досвідом, зазвичай уже мають власну родину. Практична діяльність індивіда змушує переглядати сформовані ціннісні орієнтації.

Отже, для автора критеріями виділення цих вікових груп молоді виступили: а) провідна діяльність (навчання, професійна діяльність); б) інститут соціалізації; в) сформованість ціннісної сфери особистості; г) матеріальна незалежність та емоційна автономія.

О. Гаженко поділяє молодь на дві основні вікові періоди, що впливають на формування життєвого стилю особистості:

16–25 років – здобуття освіти; вибір професії; працевлаштування – особистісне та професійне самовизначення; пошук індивідуального ставлення до соціальної дійсності; загальне життєве планування; психологічна криза за Е. Еріксоном – «інтимність-ізоляція»;

26–35 років – створення сім'ї; народження дитини; професійний розвиток – зростання соціальної відповідальності; засвоєння батьківських ролей; визначення стилю сімейного життя; розпад сімейних стереотипів; центральними новоутвореннями цього періоду є сімейні стосунки та професійна компетентність [6].

Для розуміння процесу формування соціальних практик молоді виникає необхідність виділення соціально-психологічних характеристик періоду молодості. Так, М. Гінзбург та І. Дубровіна вказують на проблему самовизначення як центрального моменту в молодому віці. Основним психологічним новоутворенням, на їхню думку, варто вважати: а) сформованість на високому рівні психологічних структур, насамперед самосвідомості та Я-концепції; б) розвиненість потреб, що забезпечують змістовну наповненість особистості, серед яких центральне місце посідають моральні установки, ціннісні орієнтації та тимчасові перспективи; в) становлення передумов індивідуальності як результат розвитку й усвідомлення своїх здатностей та інтересів [7]. На думку Л. Столяренко [16], цей період дуже важливий для формування самосвідомості та розвитку когнітивної складової частини Я-концепції та соціального Я. На цьому етапі формується ієрархічна структура мотивів, реалістична та диференційована перспектива майбутнього, що засновується на оцінці власних здібностей і схильностей, розвивається стабільність «Я».

Р. Хавігхерст пропонує теорію «завдань розвитку», які становлять «біосоціопсихологічні завдання, поєднують особистісні потреби та вимоги суспільства» [2, с. 3]. Їхня мета полягає в адаптивному входженні у суспільство, соціальні та професійні групи, тобто вони виступають як завдання соціалізації. На його думку, у період молодості можна виокремити такі проблемні завдання соціалізації: 1) вибір супутника життя; 2) засвоєння особливостей спільного проживання із чоловіком (дружиною); 3) створення родини; 4) виховання дітей; 5) керування домашнім господарством; 6) початок професійної кар'єри; 7) прийняття соціальної відповідальності; 8) пошук «близької за духом» соціальної групи. Особливу увагу Р. Хавігхерст приділяє проблемі, яка полягає у «побудові системи цінностей та етичної свідомості як орієнтирів власної поведінки: критичний аналіз цінностей навколишнього середовища повинен привести до формування самостійної структури цінностей як вказівки до керівництва діями» [2, с. 148].

Р. Вайт вважає, що у період молодості формується декілька «напрямів дорослішання», до яких він зараховує: 1) стабілізацію его-ідентичності, котра розуміється як усунення суперечностей і стабілізація уявлень про себе, як «відчуття чіткої індивідуальності у соціальному

контексті»; 2) звільнення особистих відносин від досвіду минулого, що надає змогу «підвищити здатність переживати почуття тут і зараз»; 3) поглиблення стабільних інтересів, які поєднуються з певною професійною сферою, що передбачає отримання знань і навичок у певній сфері; 4) гуманізацію цінностей, за якої цінності виступають як частина ідентичності особистості [12, с. 55].

Отже, інтегроване поняття молоді як соціокультурної групи включає такі ознаки та характеристики: 1) вікові межі (від 14 до 35 років); 2) соціально-психологічні особливості (набуття особистісної ідентичності через засвоєння різних соціальних ролей, встановлення нових соціальних відносин, посилення впливу нових референтних груп, розвиток рефлексії та інтроспекції, отримання емоційної незалежності); 3) специфіку статусно-рольової взаємодії та соціокультурної поведінки; 4) специфіку самовизначення, самоорганізації, самоідентифікації молоді як специфічної групи; 5) професійне самовизначення та самореалізацію (вибір професії, навчання та початок професійної діяльності); 6) специфіку процесу соціалізації, у якому поєднуються соціальна адаптація й індивідуалізація.

Виходячи з теоретичного аналізу особливостей молоді як соціокультурної групи, можна зауважити, що провідним чинником формування системи соціальних практик у молодому віці є процес соціалізації, який на цьому віковому етапі є процесом активної соціальної взаємодії та формування власної Я-концепції. Молода людина із самого початку життєвого шляху перебуває під впливом суспільства, є включеною у соціальні процеси, систему суспільних відносин, перебуває у постійній взаємодії з іншими суб'єктами суспільного життя та суспільством загалом, що впливає на її мислення, поведінку, свідомість. Вона активно вибірково засвоює арсенал акумульованих культурою практик. Цей процес визначають як соціалізацію молодого покоління – акумуляцію особами досвіду та соціальних установок, виходячи з рольових значень. Соціалізація характеризує процес включення молодого покоління у соціальний простір. Саме завдяки соціалізації індивід набуває різноманітних соціальних якостей, умінь, досвіду та навичок участі у соціальному житті. У процесі соціалізації індивід освоює соціальні ролі, тобто ті функції, нормативно схвалювані зразки поведінки, реалізації яких очікує від людини суспільство або певна соціальна спільнота, а отже, процес соціалізації виступає необхідною умовою засвоєння соціальних практик і їх відтворення у різних соціальних полях.

У соціологічному дискурсі процес соціалізації аналізували в межах різних теоретико-методологічних напрямів досліджень молоді як окремої соціальної групи. Так, соціалізацію розглядали у межах структурно-функціонального підходу з погляду соціального статусу та соціальних ролей, яких набувала молодь. Наприклад, Ш. Айзенштадт слідом за класиками (Е. Дюркгеймом, Р. Мертоном, Т. Парсонсом) тлумачить молодіжну групу як систему структурних позицій, які заповнюють

індивіди, унаслідок чого вони набувають деякого соціального статусу та відповідних соціальних ролей [20, с. 50–57]. Отже, структурно-функціональний підхід спрямований на дослідження таких значущих статусних характеристик і соціальних ролей молоді, як, наприклад, закінчення школи, професійне самовизначення, вибір професії, створення родини, що дає змогу виявити специфіку соціального статусу молоді, визначити механізми та наслідки її соціальної стратифікації.

Представники культурологічного напрямку (з погляду феноменологічної соціології) П. Бергер і Т. Лукман зазначають, що процес соціалізації відображає «всєбічне та послідовне входження індивіда в об'єктивний світ суспільства або окрему його частину» [4, с. 212]. Поза таким «входженням» взагалі неможливе існування особистості. Процес соціалізації є тривалим, механізми його здійснення – надзвичайно складними. П. Бергер і Т. Лукман виділяють два етапи соціалізації – первинний і вторинний. Сутність первинного періоду соціалізації полягає у початковому усвідомленні навколишньої соціальної реальності, одержанні знань, формуванні людського «Я», розумінні світу дорослих. «Індивід стає тим, ким він є, будучи спрямованим значущими іншими» [4, с. 215]. Період первинної соціалізації триває доти, доки людина не починає брати участь у творенні соціального світу. Із цим етапом пов'язаний перехід до вторинного періоду соціалізації, сутність якого полягає в тому, що вже соціалізовані індивіди створюють нові сектори об'єктивного світу, включаються у конструювання соціальної реальності та соціального порядку. Таким чином, представники суб'єктивістської традиції прагнуть вивчити світ молоді, процес її становлення шляхом аналізу конкретних уявлень, цілей, цінностей, мотивів окремих індивідів. Такі суб'єктивні елементи свідомості розглядають як визначені об'єктивними соціальними умовами та процесами, що існують у певних типах суспільств. Їх розуміють як ступінь засвоєння суспільних норм, цінностей, ідеалів у процесі соціалізації, які виступають регулянтами соціальних дій, що відтворюються у певних соціальних практиках.

Водночас у сучасній постнеокласичній соціології оформлюється і постмодерністський погляд на соціалізацію, становлення особистості, інтеріоризацію соціальних практик, постулюючи радикальний суб'єктивізм і плюралізм. Так, головними рисами постмодерну, за З. Бауманом, є «інституціоналізований плюралізм, різноманіття, варіативність соціальних станів і процесів залежно від обставин та умов проходження, випадковість і амбівалентність» [3]. Учений дійшов висновку про те, що у сучасному суспільстві, яке набуває рис постмодерну, поняття соціалізації втрачає свій інституційний зміст. Багатоваріативність зразків становлення молоді, незаданість векторів її соціального розвитку згідно з постмодерністською традицією затверджує пріоритет соціальних суб'єктів як діячів в активному будівництві форм їх соціального буття з урахуванням природних і соціальних

умов на момент соціальної дії. У центрі уваги, таким чином, опиняється соціальний суб'єкт і форми організації соціальних суб'єктів (спільності, структури), які створюються його активністю. Активність, саморегулювання індивіда у виборі цілей і цінностей, що пропонує йому суспільство чи соціальні групи, відповідальність за власну долю сьогодні висуваються на перший план у процесі становлення особистості. Сучасна особистість значною мірою сама створює себе, самоконструюється. У цій парадигмі підкреслюється суб'єктивно-інтенціональний аспект формування соціальних практик молоді.

Чимало напрацювань стосовно соціалізаційного процесу наявні й у вітчизняній соціології. Аналізуючи численні концепції соціалізації, О. Мудрик виділяє два основні підходи до розуміння сутності соціалізації. Так, перший підхід підкреслює пасивну позицію людини у процесі соціалізації, а саму соціалізацію інтерпретує як процес адаптації індивіда до суспільства, яке формує кожного свого члена відповідно до його культури та ціннісно-нормативної системи. Цей підхід має назву суб'єкт-об'єктного, оскільки суспільство – суб'єкт впливу, а людина – його об'єкт. За суб'єкт-суб'єктивним підходом соціалізація є процесом засвоєння і відтворення соціокультурного простору у взаємодії із ситуаціями життєдіяльності на різних вікових етапах онтогенезу [14, с. 17–18].

С. Харченко подає декілька визначень цього поняття у межах соціально-психологічного підходу. Так, під соціалізацією розуміють розвиток і самореалізацію людини; процес становлення особистості, навчання та засвоєння індивідом цінностей, норм, установок, зразків поведінки, притаманних суспільству, соціальній спільності, групі; процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом соціального досвіду у спілкуванні та діяльності [19, с. 11]. Кожне з визначень за своїм змістом передбачає взаємодію особистості та суспільства з метою розвитку особистості. Тут ми маємо знову повернутися до надбань світової соціології.

Отже, сутність соціалізації полягає у поєднанні механізмів пристосування та відокремлення людини до соціальних взірців (практик) в умовах конкретного суспільства. Як зазначає М. Грінченко, соціальна адаптація передбачає узгодження вимог і очікувань соціального середовища щодо людини з її установками та соціальною поведінкою; узгодження самооцінок і домагань людини з її можливостями та реаліями соціального середовища. Відокремлення є процесом автономізації людини у суспільстві. Результат цього процесу виявляється у потребі людини мати власні погляди (ціннісній автономії), потребі мати власні прихильності (емоційній автономії), потребі самостійно вирішувати особисті питання, здатності протистояти життєвим ситуаціям, які заважають її саморозвитку, самовизначенню, самореалізації та самоствердженню (поведінковій автономії). Ефективна соціалізація передбачає певний баланс адаптації та відокремлення [8, с. 113],

причому адаптація полягає в успішному засвоєнні соціальних практик, які пропонує суспільство, а індивідуалізація (відокремлення, автономізація) – у переконструюванні соціальних практик відповідно до внутрішніх факторів діяльності та прагнення до самореалізації.

Загалом розглянуті дефініції соціалізації дозволяють тлумачити цей процес як: 1) саморозвиток особистості; 2) засвоєння цінностей, норм і схем поведінки; 3) адаптацію індивіда до соціального середовища; 4) формування особистості згідно із заданим ідеальним типом. Отже, соціалізація є, з одного боку, засвоєнням соціальних зразків поведінки, ролей, певних соціальних позицій, соціального статусу, традицій, норм і цінностей, з іншого – формуванням власного соціокультурного досвіду та соціопсихологічної ідентичності. У процесі соціалізації від соціуму до індивіда здійснюється трансляція для засвоєння цінностей, норм і установок, а також цілеспрямований або стихійний вплив і соціальний контроль. Водночас на індивідуальному рівні здійснюється прийняття соціокультурного досвіду, завдяки чому формуються особистісні структури. Отже, соціалізацію можна розглядати як системотвірний процес поряд зі стратифікацією. Процес соціалізації багатий в чому зумовлений способом функціонування інститутів соціалізації та їх потребою в ефективному передаванні соціального досвіду [1]. Індивід не просто засвоює соціальний досвід, а й перетворює його, тобто для успішної соціалізації необхідні три складники: очікування, зміна поведінки та бажання відповідати очікуванням. Зокрема, І. Солоднікова пропонує об'єднати фактори успішної соціалізації у два блоки [17]: 1) соціальні, які відображають соціально-культурний аспект (набір статусів і ролей, сукупність соціальних інститутів, у межах яких індивід може сформувати свої соціальні якості); 2) індивідуально-особистісні, що визначаються етапом життєвого індивіда.

Таким чином, процес соціалізації виступає умовою формування соціальних практик індивіда, сутністю якого є включення у соціальні відносини та соціальну взаємодію (формування соціальної ідентичності, засвоєння цінностей і норм), пов'язане із соціальною адаптацією, а також індивідуалізацією соціально-психологічних установок і поведінкових патернів.

Серед основних механізмів соціалізації особистості А. Мудрик виділяє такі [15]: 1) традиційний механізм (стихійну соціалізацію), тобто засвоєння індивідом норм, цінностей, зразків поведінки та стереотипних форм поведіння, характерних для його родини та найближчого оточення. Це засвоєння відбувається зазвичай на неусвідомленому рівні за допомогою фіксації, некритичного сприйняття панівних стереотипів; 2) інституційний механізм, який функціонує у контексті соціальних інститутів (соціальних організацій) соціалізації людини; 3) стилізований механізм, що діє у межах певної субкультури – комплексу морально-психологічних рис і поведінкових проявів, типових для людей певного віку або певного професійного чи культурного

прошарку, котрий формує стиль життя тієї чи іншої соціальної групи та спільноти за ідентифікаційними ознаками; 4) міжособистісний механізм, що функціонує у процесі взаємодії людини із суб'єктивно значущими для неї особами. У його основі лежить психологічний механізм міжособистісного перенесення завдяки емпатії, ідентифікації, рефлексії й екзистенційному натиску.

Висновки і пропозиції. Загалом аналіз теоретичних поглядів на сутність соціалізації дає змогу виділити соціальні механізми процесу соціалізації молоді: 1) активне, вибіркове засвоєння соціального досвіду, соціальних ролей, установок і цінностей; 2) соціальну взаємодію та міжособистісне спілкування; 3) вплив референтної групи або соціальної ситуації; 4) ідентифікацію як процес ототожнення зі значущим іншим і формування особистісної та соціальної ідентичності; 2) самоатрибуцію – приписання собі певних соціальних якостей; 3) рефлексію – критичне осмислення індивідом своїх соціально-психологічних якостей і патернів поведінки у проблемно-конфліктних ситуаціях соціальної взаємодії; 4) соціальне порівняння; 5) інтеріоризацію як засвоєння цінностей і оцінок інших людей у процесі соціальної взаємодії.

Отже, конструювання системи соціальних практик молоді відбувається шляхом активної соціалізації через засвоєння цінностей, норм, зразків поведінки й установок референтної групи та соціуму внаслідок взаємодії внутрішніх і зовнішніх механізмів.

Список використаної літератури

1. Greeson J.K., Foster P. Youth and the transition to adulthood. The theoretical and conceptual basis for natural mentoring. *Youth & Society*. 2013. March. P. 40–51.
2. Navighurst R. Developmental tasks and education. London: Longmans, Green, 1952.
3. Бауман З. Глобалізація. Последствия для человека и общества / пер. с англ. М.Л. Коробочкина. Москва: Весь Мир, 2004. 188 с.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. Москва: МЕДИУМ, 1995. 323 с.
5. Бондарець Б.Б. Молодь як об'єкт і суб'єкт соціокультурних процесів у сучасному українському суспільстві: аксіологічний аспект. *Наукові праці. Соціологія*. 2013. Вип. 213. Т. 225. С. 31–34.
6. Гаженко О.П. Система цінностей і життєвий стиль студентської молоді. *Практична психологія та соціальна робота*. 2008. № 12. С. 54–58.
7. Гинзбург М.Р. Психологическое содержание личностного самоопределения. *Вопросы психологии*. 1994. № 3. С. 46–65.
8. Грінченко М. Феномен соціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства. *Збірник наукових праць Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка*. 2016. Вип. 1. С. 70–79.
9. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 05 лютого 1993 р. № 2998-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2998-12> (дата звернення: 21.11.2017).
10. Каретна О.О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь». *Актуальні проблеми політики*. 2009. Вип. 37. С. 287–291.

11. Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. Москва : Политиздат, 1987. 366 с.
12. Кузина М.В. Развитие Я-концепции студентов в процессе обучения иностранным языком в вузе : дис. ... канд. пед. наук. Рязань, 2015. 266 с.
13. Лисовский В.Л. Советское студенчество. Социологические очерки. Москва : Мысль, 1990. 216 с.
14. Мудрик А.В. Социализация человека : учебное пособие. Москва : Академия, 2004. 304 с.
15. Мудрик А.В. Социальная педагогика : учебник / под ред. В.А. Сластенина. Москва : Академия, 2000. 200 с.
16. Педагогика и психология высшей школы : учебное пособие / под ред. М.В. Булановой-Топорковой. Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. 544 с.
17. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни. *Социологические исследования*. 2007. № 2. С. 63–75.
18. Социологическая энциклопедия : в 2 т. / гл. ред. В.Н. Иванов; Нац. общ.-науч. фонд. Москва : Мысль, 2003. Т. 1. 694 с. ; Т. 2. 863 с.
19. Харченко С.Я. Соціалізація дітей та молоді в процесі соціально-педагогічної діяльності: теорія і практика : монографія. Луганськ : Альма-матер, 2006. 320 с.
20. Чупров В.И. Социология молодежи на рубеже своего тридцатилетия. *Социологические исследования*. 1994. № 6. С. 50–57.
21. Чупров В.И. Молодежь: духовное производство в условиях риска. *Вестник российского университета дружбы народов: социология*. 2004. № 6–7. С. 7–17.

Matyukhin D. A., Stadnyk A. H. Features and process of youth socialization as a condition for construction of social practices

It is proved that the process of socialization of youth takes place in different socio-cultural fields and spaces, the following spheres of manifestation of social practices are singled out: 1) social practices of leisure and free time; 2) political social practices; 3) social consumption practices; 4) subcultural social practices; 5) public social practices; 6) economic social practices; 7) educational and professional social practices; 8) religious and cult social practices; 9) social practices in cyberspace.

It is substantiated that transformational processes in modern Ukrainian society significantly complicate the socialization of youth, their inclusion in social relations and the acquisition of established forms of social practices: on the one hand, they become more individualized and differentiated, on the other – come into conflict between different value systems. Socio-cultural and lifestyle factors of formation and reproduction of social practices of modern youth are determined.

Studies of modern sociologists reveal various aspects of behavioral manifestations of lifestyle as a complex system, the result of which is the formation of an established set of social practices. Social practices are an external reflection of the lifestyle of the individual at the level of social behavior and models of social interaction, which involves the inclusion of the individual in social relations. The conducted theoretical analysis allows us to state that lifestyle is reflected in social practices both at the level of behavioral patterns and models, and at the level of value-motivational intentions of individuals and social groups and communities, which can serve as a basis for empirical study of social practices of modern youth.

Key words: social practices, youth, institutionalization, mechanisms of institutionalization of social practices.

УДК 316.4.063 : 303.4.025

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.5>

О. С. МУРАДЯН

кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри політичної соціології,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Д. Д. ЯШКІНА

аспірант кафедри політичної соціології,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

К. Ю. СЕМІРНЕНКО

студент магістратури,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19: ТЕМАТИЧНИЙ ОГЛЯД¹

Стаття присвячена огляду сучасних соціологічних досліджень на території України, що так чи інакше вивчають соціальні зміни під впливом пандемії COVID-19. Актуальність такого типу аналізу автори вбачають у накопиченні великого масиву соціологічної інформації у відкритому доступі, але у відсутності аналізу того, що і коли досліджують. Такий огляд, на думку авторів, надає можливості для виявлення браку соціологічної інформації, аналізу можливостей вітчизняної соціології своєчасно реагувати на експонентні соціальні зміни, виявлення даних, що допоможуть у моделюванні ефективності управління соціально-епідемічними процесами. Метою огляду є характеристика соціологічних досліджень в Україні. Задля досягнення мети авторами було відібрано 164 дослідження, представлені переважно у вигляді результатів соціологічних опитувань. Виявлена сукупність аналізувалася в аспекті часу проведення та публікації результатів, що дозволяє аналізувати пікові точки «зацікавленості» дослідників і зіставляти їх із різними подіями, у тому числі з динамікою кількості захворювань у різні періоди часу. Усю сукупність авторами було розділено на 6 кварталів. Іншим критерієм аналізу були тематичні напрями досліджень. Було виокремлено 4 узагальнені напрями: сприйняття загрози коронавірусу, дискурс довкола епідемії, оцінку ефективності дій влади та медичних установ, ставлення до вакцинації. Було враховано кількість праць із різних тематик у кожному кварталі. Виявлено, що пікова активність українських дослідників із зазначеної тематики припадає на перший квартал, виокремлений авторами, тобто на початок пандемії

¹ Стаття опублікована в рамках НДР № 0121U109814 «Соціолого-математичне моделювання ефективності управління соціально- епідемічними процесами для забезпечення національної безпеки України».

й активний перебіг подій, із нею пов'язаними, надалі дослідження поступово кількісно зменшуються. За тематичними напрямками найпопулярнішим є вивчення соціального самопочуття, а у останніх кварталах зростає популярність досліджень ставлення до вакцинації. Також авторами визначено обмеження та перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: пандемія, соціологічні дослідження, соціальні зміни, соціальне самопочуття, ставлення до вакцинації.

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 стала явищем, наслідки якого відбиваються на кожній сфері людського буття. Це явище розглядають дослідники як у рамках окремих галузей знань, так і в міждисциплінарному розрізі. COVID-19 став викликом і для соціологічної науки: зросла актуальність теорій соціальних змін, теорії суспільства ризику У. Бека, плинної сучасності З. Баумана та ін. Постає питання щодо оптимального регулювання державних соціальних та економічних політик у процесі розвитку епідемічних подій. Таким чином, стрімко зростає потреба у дослідженні соціальних наслідків пандемії для суспільств різних частин світу.

Світова соціологія оперативно розпочала збір таких даних ще на початку пандемії. Світове дослідження цінностей запустило міжнародне панельне дослідження зміни цінностей під час пандемії у 24 країнах [1]; Європейське дослідження включило блок із дослідження соціальних наслідків пандемії у свою десяту хвилю дослідження [2]; Світова асоціація суспільної думки створила каталог досліджень, присвячених COVID-19 [3] (але слід зазначити, що дата останнього оновлення цього каталогу – 17 грудня 2020 р.) тощо. Чим більше розповсюджувалася хвороба, тим більше публікацій з'являлося як в академічному соціологічному середовищі, так і у сфері «публічної соціології» (за М. Буровим).

Вітчизняна соціологічна спільнота також «не відставала» від актуальних подій та уважно відстежувала «пандемічні події» та їхні наслідки, у тому числі й у соціальних мережах, ЗМІ та інших «публічних просторах» новітнього «оцифрованого світу». Така велика кількість соціологічної інформації – хороший показник оперативної реакції вітчизняної соціології на соціальні зміни та світові події, проте виникає необхідність в аналітиці характеру того, що саме досліджують у цьому розрізі соціологи, та виявленні того, що залишається поза їхньою увагою. Важливою видається фіксація інтенсивності проведення та публікації досліджень і виявлення їх напрямів як у загальному контексті, так і залежно від періоду часу проведення досліджень.

Розуміння наявного стану речей у вітчизняному дослідницькому полі, з одного боку, зможе продемонструвати можливість емпіричної соціології «тримати руку на пульсі» експонентних соціальних змін і надати змогу побачити тематичний брак соціологічної інформації щодо актуальних процесів і фактів у площині боротьби із пандемією. З іншого боку, це продемонструє наявність чи відсутність даних, за

допомогою яких держава зможе вдало регулювати свою політику щодо карантинних обмежень, а дослідники матимуть змогу моделювати стратегії ефективного такого регулювання.

Метою статті є характеристика соціологічних досліджень, проведених на території України за час поширення коронавірусної інфекції.

Виклад основного матеріалу. Авторами відібрано 164 дослідження, опубліковані у період із 01 березня 2020 р. по 01 вересня 2021 р. (тобто з початку пандемії) українськими соціологічними та маркетинговими компаніями, а саме: Соціологічною групою «Рейтинг», Київський міжнародним інститутом соціології, Центром Разумкова, КУ «Інститут міста», InfoSapiens, FactumGroup, Дослідницькою компанією «Градус», Ipsos Україна, SOCIS, Research&BrandingGroup, Харківським інститутом соціологічних досліджень, NewImageMarketingGroup, ACTIVE GROUP.

Дані, розглянуті авторами, знаходяться у вільному доступі на інтернет-ресурсах компаній-виконавців і їхніх партнерів і становлять переважно статистичні звіти соціологічних опитувань.

Інтенсивність проведення досліджень.

Аналіз інтенсивності проведення досліджень із зазначеної тематики може продемонструвати декілька характеристик: наявність постійних моніторингових досліджень чи наявність великого скупчення досліджень тоді, коли коронавірус стає головною новиною для українського суспільства, та їх зникнення, коли зацікавленість спільноти до цього спадає.

Задля виявлення інтенсивності проведення досліджень, що стосуються коронавірусу та соціальних процесів, із ним пов'язаних, автори розділили період від введення перших превентивних заходів для боротьби з поширенням коронавірусної інфекції до 31 серпня 2021 р. на 6 кварталів:

1. Весна, 2020 р.;
2. Літо, 2020 р.;
3. Осінь, 2020 р.;
4. Зима, 2020–2021 р.;
5. Весна, 2021 р.;
6. Літо, 2021 р.

Відповідно до часового розподілу (див. діаграму 1), ми бачимо, що найбільша кількість досліджень була проведена у першому кварталі (весна, 2020). Це пояснюється насиченістю перебігу подій у контексті розповсюдження коронавірусу:

- за два тижні після першого виявленого випадку зараження коронавірусом в Україні Уряд оголосив карантин;
- усі контрольні пункти в'їзду та виїзду були закриті;
- кінець березня – подовження карантину, посилення обмежень;
- стрімкий ріст захворювань у різних регіонах України;
- кінець травня – введення адаптивного карантину;

– кінець травня – відкриття міжнародних кордонів.

З іншого боку, це також пояснюється безпрецедентністю зазначених подій: нестабільне українське суспільство, суспільство без довіри [4], опиняється у ситуації безвиході, коли вимушене довіряти державі.

Вже під кінець першого кварталу зникають щотижневі «дайджести», моніторинги суспільних думок, а питання щодо коронавірусу починають йти поряд із політичним порядком денним.

Вже у другому кварталі кількість досліджень стрімко зменшується, наступні три квартали (включно з весною 2021 р.) частота досліджень тримається приблизно на одному рівні (від 11,6% до 14,6%). Такий спад можна пояснити декількома причинами: сезонною (настали літні канікули та з порядку денного зникла проблема дистанційної освіти, суміщення роботи та навчання дітей вдома 24/7), адаптивною (перший «шок» від різкої зміни, яку терміново необхідно досліджувати, зник, і дослідники почали більш розмірено приділяти увагу «ковідному» питанню; сама державна політика також стабілізувала свої реакції на спалахи хвороби та розробила «план» дій).

Наступний стрибок у розподілі кількості досліджень можна побачити у межах графічного інтервалу «Весна, 2021 – Літо, 2021». Кількість досліджень майже зійшла нанівець, місце «пандемії» у дослідницькому полі заповнив політичний напрям.



Така «спадаюча» діаграма свідчить про «нормалізацію» пандемії як тематики досліджень і як частини людського буття у сучасному світі.

Виявлення напрямів досліджень.

Як уже зазначалося раніше, на окрему увагу заслуговує аналіз того, що саме вивчали вітчизняні соціологи у контексті пандемії: на що власне звертали увагу та до чого привертати увагу суспільства. У контексті розгляду процесів, пов'язаних із коронавірусом, автори емпірично виділили чотири основні напрями вітчизняних досліджень, а саме:

- сприйняття загрози коронавірусу;
- дискурс довкола епідемії;
- оцінку ефективності дій влади та медичних установ;
- ставлення до вакцинації.

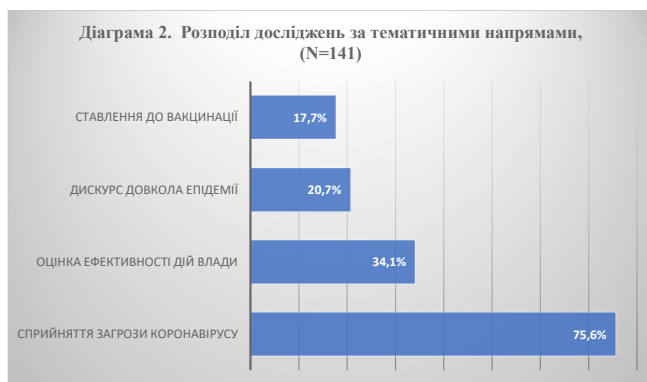
Таблиця 1

Напрями вітчизняних досліджень у контексті розгляду процесів, пов'язаних із коронавірусом

№	Напрями досліджень	Змістова складова частина
1.	Сприйняття загрози коронавірусу	Соціальна мобільність і взаємодія різних соціальних груп у карантинний період, соціально-демографічні та стратифікаційні фактори сприйняття антипандемічних заходів; соціальні ефекти почуття безвиході: соціальний страх зараження, страх ізоляції, комунікативного розриву, страх втрати контактів (нав'язаної самотності, вимушеного індивідуалізму), страх втрати джерел для існування (соціально-економічний страх); розуміння природи походження коронавірусу.
2.	Дискурс довкола епідемії	Використання різних джерел інформації для конструювання обізнаності про коронавірус; роль інформаційних агентів (ЗМІ, лідерів думок) у формуванні ставлення до вакцинації, потенціал використання лідерів думок для створення необхідних передумов вакцинації; інформаційний потенціал ковід-дисидентських спільнот.
3.	Оцінка ефективності дій влади та медичних установ.	Ставлення до карантину та до інших заходів боротьби з пандемією (маскового режиму, соціальної дистанції), його зв'язок зі ставленням до майбутньої вакцинації; ставлення до медицини загалом, до національної медичної галузі, до структур управління медичною галуззю, фактори такого ставлення, оцінка ефективності дій влади у боротьбі з коронавірусом; ставлення до впровадження медичних реформ, оцінка їхньої ефективності; вплив сприйняття пандемії на ставлення до соціально-економічного та соціально-політичного устрою, на оцінки ефективності соціальних систем, на протестні настрої й екстремістські орієнтації.
4.	Ставлення до вакцинації	Соціальні бар'єри вакцинації: ставлення до вакцинації, стереотипи, (дез)інформаційні міфи про вакцинацію; різниця у ставленні до вакцинації соціальних груп залежно від мобільності, кількості контактів у карантинний період, економічна складова частини готовності до вакцинації, очікування та побоювання щодо вакцинації.

У табл. 1 наведені тематичні константи, що слугували індикаторами належності до тематичних напрямів у межах нашого дослідження. Слід зазначити, що більшість робіт не були обмежені одним напрямом, а містили декілька або усі з них.

Більшість досліджень містять питання/блоки питань, які безпосередньо стосуються сприйняття загрози коронавірусу, що демонструє стурбованість соціологічної спільноти психоемоційним станом індивідів і суспільства загалом. Однією із перших комплексних праць, яка становила більше, ніж статистичний звіт опитувань, було дослідження стану психологічного дистресу в Україні, одним із висновків якого було «суттєве погіршення психологічного самопочуття якщо не всього населення України, то принаймні окремих його груп» [5, с. 90]. Отже, пильна увага дослідників до соціального самопочуття українців зрозуміла, оскільки, на відміну від інших тематичних напрямів, стосується безпосередньо індивідів, їхньої реакції на стресові пандемічні події та може відображати саме соціальну зміну, яка відбувається на тлі пандемії коронавірусу.



Найменша ж кількість досліджень стосується питання ставлення до вакцинації. Це зумовлено тим, що на порядку денному гостро питання вакцинації стає тільки з напливом нової хвилі коронавірусної інфекції, тобто наприкінці вересня 2021 р. На діаграмі 2 продемонстрований розподіл досліджень за виділеними тематичними напрямками.

Проте розглянута сукупність у межах розподілу за тематичними напрямками не становить 164, адже частина досліджень стосувалася не пандемії зокрема, а сфер суспільного буття, яких пандемія торкнулася (тож вони не увійшли до виділених нами напрямів). Загалом такі теми можна також поділити на чотири типи:

1. Політика: політичні уподобання в умовах коронавірусу, система оподаткування.

2. Робота та навчання: бізнес, працевлаштування, виклики дистанційного навчання/роботи.

3. Дозвілля: відпочинок, догляд, святкування, сексуальне життя.

4. Інновації та виклики: доставка їжі, можливості авіасполучення, перехід до онлайн-формату.

Дослідження, що стосувалися роботи, навчання та дозвілля, представлено порівняно з даними докарантинного періоду, а дані, що стосуються політики й інновацій, не порівнюються з минулим, а розглядаються у контексті актуальних подій.

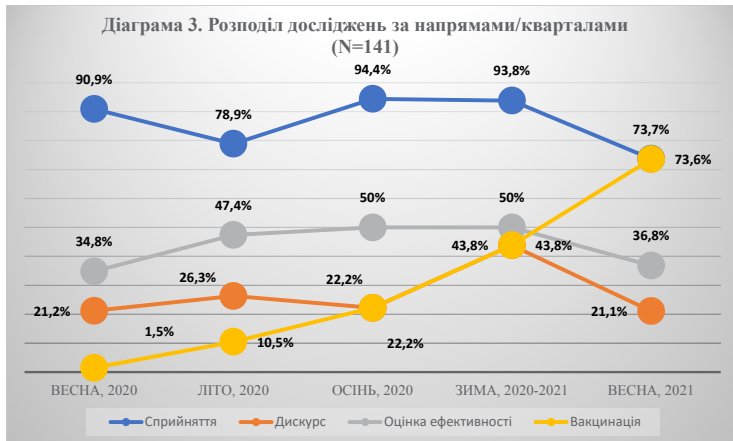
Динаміка кількості досліджень за тематичними напрямками.

У двомірний розподіл досліджень за напрямками/кварталами ми не враховували останній (6-й) квартал, адже кількість проведених досліджень у цей період є замалою для такого розподілу. Варто зазначити, що усі напрями досліджень, окрім ставлення до вакцинації, мають низхідний напрям станом на весну 2021 р. Водночас кількість праць, які містять питання/блоки питань щодо ставлення та готовності до вакцинації, збільшується. Стрімке зростання досліджень у третьому кварталі (зима, 2020–2021) пов'язане, на нашу думку, із затвердженням у грудні плану імунізації населення від COVID-19. Згодом попит на такі дослідження супроводжувався самою кампанією вакцинації.

Діаграма 3 демонструє нам такий розподіл, де майже незмінно актуальними залишаються сприйняття загрози коронавірусу, пікові значення кількості досліджень цієї тематики збігаються із динамікою кількості захворювань на добу в Україні: найбільша кількість захворювань фіксувалася у листопаді-грудні 2020 р. [6].

Оцінка ефективності діяльності медичної сфери цікавила дослідників практично однаково упродовж всього періоду пандемії: на діаграмі ми можемо побачити, що увага оцінці ефективності медичної сфери зростала зі зростанням рівня захворюваності та, логічно, спадала, коли пік захворюваності спадав. Це, на думку авторів, більше пов'язано не із самим рівнем захворюваності, а із завантаженістю госпіталів і лікарень: зацікавленість у ставленні до медичної сфери менша тоді, коли у новинах немає заяв про нестачу ліжок, апаратів ШВЛ та ін.

Динаміка досліджень дискурсу навколо коронавірусної хвороби свідчить також про те, що дискурс оцінювався активніше під час піку захворюваності, тобто взимку 2020 р. Вивчення ролі інформаційних агентів (ЗМІ, лідерів думок) у формуванні ставлення до вакцинації, потенціал використання лідерів думок для створення необхідних передумов вакцинації; інформаційний потенціал ковід-дисидентських спільнот – це можливість отримати інформацію, яка би допомогла впровадженню успішної інформаційної кампанії щодо вакцинації. Тому не дивним є те, що зростання кількості досліджень дискурсу збігається зі зростанням кількості досліджень ставлення до вакцинації, проте вже у наступному кварталі кількість досліджень дискурсу різко йде на спад.



Висновки і пропозиції. Підсумуємо, що пік активності дослідників прийшовся на перший квартал активного розповсюдження коронавірусної інфекції на території України, після цього інтерес до соціальних досліджень із приводу пандемії почав стабілізуватися та нормалізуватися, стаючи в один ряд із іншими в порядку денному соціальних досліджень України. За напрямками питань, що розглядалися, українські доробки представлені досить широко, але найбільша увага привертається соціальному самопочуттю українців під час пандемії та відповідних карантинних обмежень; високий рівень цієї уваги зберігається упродовж усього досліджуваного періоду та зростає у періоди пікової захворюваності. Наприкінці літа 2021 зростає зацікавленість ставленням населення України до вакцинації, пов'язана із прогнозами наближення нової хвилі захворюваності, а отже, й відповідними реакціями уряду на загрозу.

Проведене дослідження має низку обмежень, які необхідно врахувати під час аналізу й інтерпретації результатів. По-перше, до уваги бралися виключно дослідження зазначених центрів і їхні аналітичні звіти, що перебувають у відкритому публічному доступі, тобто не розглядалися статті з авторськими дослідженнями у соціологічних журналах, монографіях, не аналізувалася зацікавленість саме академічної спільноти. Зазначені тематичні блоки/напрями були представлені в дуже узагальненому вигляді, аби точніше виявити нестачу якоїсь соціологічної інформації, необхідно більш детально розглянути кожен напрям і дослідження у його рамках. Проведений аналіз мав кількісний характер, для більш глибокого розуміння характеру соціологічних досліджень, пов'язаних із пандемією, необхідний також якісний аналіз. Таким чином, перспективами подальших розвідок у цьому розрізі стає якісний розгляд досліджень у рамках зазначених тематичних напрямів.

Список використаної літератури

1. WorldValuesSurvey. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSNewsShow.jsp?ID=437> (дата звернення 16.09.2021)
2. European Social Survey. URL: <https://www.europeansocialsurvey.org/> (дата звернення 10.06.2021)
3. World Association for Public Opinion Research. URL: <https://wapor.org/resources/covid-19-public-opinion-research/> (дата звернення 10.08.2021)
4. Общество без доверия / под ред. Е. Головази, Н. Костенко, С. Макеева. Киев : Институсоциологии НАН Украины, 2014. 338 с.
5. Дембіцький С.С., Злобіна О.Г., Сидоров М.В.-С., Мамонова Г.А. Стан психологічного дистресу серед різних соціальних груп в Україні під час пандемії COVID-19. *Український соціум*. 2020. № 2 (73). С. 74–92.
6. Рік із COVID-19 в Україні: як змінювалася кількість інфікованих та померлих. *Слово і діло*. 2021. 3 березня. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/03/03/infografika/suspilstvo/trik-covid-19-ukrayini-yak-zminyuvalasya-kilkist-infikovanyx-ta-pomerlyx>(дата звернення 10.09.2021)

Muradyan O. S., Yashkina D. D., Semirnenko K. J. Sociological research of the COVID-19 pandemic: a thematic review

The present paper is devoted to a review of modern sociological research on the territory of Ukraine, which in one way or another is devoted to the study of social changes under the influence of the COVID-19 pandemic. The authors see the relevance of this type of analysis in the accumulation of a large array of sociological information in the public domain, but in the absence of analysis of what and when to study more or less. Such a review, according to the authors, provides opportunities to identify the lack of sociological information, analysis of the possibilities of domestic sociology to respond in a timely manner to exponential social changes, identifying data that will help modeling the effectiveness of management of socio-epidemic processes. The purpose of the review is to characterize the existing sociological research in Ukraine. To achieve this goal, the authors selected 164 studies, which were presented mainly in the form of statistical reports of opinion polls. The identified population was analyzed in terms of time of publication of results, which allows to analyze the peak points of “interest” of researchers and compare them with different events, including the dynamics of the number of diseases in different periods of time. The whole set of studies by the authors was divided into 6 quarters. Another criterion of analysis was the thematic areas of research, so the authors identified 4 generalized areas of research: perception of the threat of coronavirus, the discourse around the epidemic, assessing the effectiveness of government and medical institutions, attitudes to vaccinations. Accordingly, the number of studies on various topics in each quarter was analyzed. The analysis revealed that the peak activity of Ukrainian researchers on this topic falls on the first quarter, identified by the authors, i.e. at the beginning of the pandemic and the active course of events associated with it, and then the study is gradually reduced in quantity. By thematic areas, the most popular is the study of social well-being, and in recent quarters, the popularity of research on attitudes to vaccination is growing. The authors also noted the limitations and prospects for further research.

Key words: pandemic, sociological researches, social changes, social state of health, attitude to vaccination.

УДК 316.74:2
DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.6>

М. А. ПАРАЩЕВІН
доктор соціологічних наук,
провідний науковий співробітник,
Інститут соціології Національної академії наук України

ДУМКИ НАСЕЛЕННЯ ПРО СТАН СОЦІАЛЬНОЇ НАПРУЖЕНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КОНФЕСІЙНИЙ АСПЕКТ¹

Стаття присвячена аналізу впливу релігії на соціальну напруженість в українському суспільстві. Для сучасної України характерним є підвищений рівень соціальної напруженості. Одним із чинників, який може створювати напруженість, підтримувати вже сформовану напруженість або сприяти зменшенню останньої, є релігія. Здатність релігії впливати на рівень напруженості у суспільстві визначається як станом із самою релігійністю та характером діяльності релігійних організацій, так і особливостями поточної суспільно-політичної та соціокультурної ситуації у суспільстві. Тобто вплив релігії на напруженість у суспільстві є локально зумовленим і потребує локальних досліджень. У випадку України конфліктний вплив релігійних вчень є малоімовірним, але особливості взаємодії між релігійними організаціями та між ними й державою цілком можуть ставати конфліктними. Початковим етапом конфлікту є формування напруженості у взаємодіях між різними групами. Тому, якщо ми бажаємо запобігати конфліктам на ранніх стадіях, необхідно досліджувати, якою мірою у суспільстві реалізується напруженість. Ця проблематика може вивчатися різними способами, зокрема з використанням масових опитувань населення. Проаналізовано дані опитувань Інституту соціології НАН України, які свідчать, що релігія у нинішньому українському суспільстві досить слабо впливає на стан соціальної напруженості. Зокрема, визначаючи загальний рівень напруженості у країні, релігійні особи давали оцінки, аналогічні оцінкам нерелігійних осіб. Звідси можна зробити висновок, що уявлення про рівень соціальної напруженості у нашого населення формується під впливом саме світських чинників. Певні відмінності в оцінках мають місце між вірянами різних Церков, що є цілком очікувано з огляду на існування давнього конфлікту між двома домінуючими в Україні православними Церквами, ускладненого політичними конфліктом, проте ці відмінності є досить обмеженими, тобто конфесійний вплив, якщо й має місце, то є досить слабким.

Ключові слова: соціальна напруженість, конфлікт, релігія, релігійні вірування, релігійні організації.

¹ Статтю підготовлено у рамках виконання наукової роботи Інституту соціології НАН України «Системні ризики нестабільного суспільства: бідність, соціальна напруженість, культурна інволюція» за бюджетною програмою «Підтримка розвитку пріоритетних напрямів наукових досліджень».

Постановка проблеми. Кожне суспільство потребує наявності певного балансу між соціальною стабільністю та напруженістю. Там, де однозначно панує стабільність, виникає загроза застою, відсутності розвитку. Водночас занадто великий рівень нестабільності, напруженості також не сприяє позитивним перетворенням, створює загрозу руйнації. Саме такий підвищений рівень напруженості є характерним для сучасної України. Свідченням цього є результати опитувань населення, які здійснюються Інститутом соціології НАН України у межах моніторингового дослідження українського суспільства. Уявлення про напруженість у зазначеному дослідженні вимірювалися двома ознаками. По-перше, респондентам пропонувалося визначити поточну політичну ситуацію як благополучну та спокійну або як напружену чи критичну, вибухонебезпечно². Увесь період використання в опитуваннях цієї ознаки однозначно переважали оцінки з негативного спектру. Зокрема, частка опитаних, які характеризували політичну ситуацію як напружену або критичну, найменшою (60%) була у 2000 р.; натомість після 2006 р. такі характеристики давали більше 70% респондентів. Перевага негативних оцінок стала особливо помітною у 2014–2016 рр., коли варіанти «напружена» та «критична, вибухонебезпечна» обирали більше 90% опитаних. Протягом 2017–2019 рр. домінування негативу поступово зменшувалося (із 89% до 74%), проте в опитуванні 2020 р. знову мало місце його зростання (до 80%) [1, с. 453].

Ще одним показником, який використовувався в окремих (2017 та 2020 рр.) моніторингових опитуваннях Інституту соціології НАН України, була оцінка респондентами загального рівня напруженості у нашій країні³. Цей рівень пропонувалося оцінити за десятибальною шкалою, де 1 означало дуже низький, а 10 – вкрай високий рівень. В опитуванні 2017 р. середній бал за даною шкалою становив 6,8, а в опитуванні 2020 р. – 6,3⁴ [1, с. 500], а це свідчить про перевагу думок, що ситуація є доволі напруженою.

Тож протягом багатьох років більшість населення вважає ситуацію в нашій країні переважно напруженою або й вибухонебезпечною. Подібний рівень напруженості аж ніяк не можна вважати оптимальним, тож необхідно реалізовувати політику, спрямовану на зменшення цього рівня, але для адекватного визначення змісту та напрямів такої політики необхідно з'ясувати основні чинники, які впливають на

² Запитання в анкеті формулювалося так: «Як би Ви оцінили загалом політичну ситуацію в Україні?» з варіантами відповідей «Благополучна», «Спокійна», «Напружена», «Критична, вибухонебезпечна», «Важко сказати»; обрати можна було лише один із варіантів.

³ Запитання в анкеті формулювалося так: «Як би Ви охарактеризували рівень напруженості у суспільстві сьогодні?».

⁴ З огляду на зазначений розмах (від 1 до 10) і напрям (від меншого рівня напруженості до більшого) шкали, чим більшим є середній бал, тим сильнішу напруженість вбачає сукупність респондентів, для яких цей середній бал розраховано.

формування напруженості (адже цих чинників може бути багато, і їхня вага може бути різною).

Одним із чинників, котрий може і на рівні міжособистісних і міжгрупових взаємодій, і на рівні суспільства загалом створювати напруженість, підтримувати вже сформовану напруженість або сприяти зменшенню останньої, є релігія. Перше, що спадає на думку, є здатність релігії викликати суспільну напруженість, адже конфліктний потенціал релігії є давно відомим і досить помітним як протягом всієї історії людства, так і в наші часи (див., напр., [2–5]). Напруженість є тим станом, який є передумовою або й початком конфлікту, тож включення релігійних складників до її формування та підтримки цілком доцільне.

Загалом релігія здатна долучатися до формування соціальної напруженості, збереження певного її рівня або зменшення і через дію власне релігійних ідей (змісту релігійного вчення), і через діяльність утворюваних навколо цих ідей релігійних організацій. Що стосується змісту релігійних вчень, то вони, впливаючи на світогляд людини (або й цілковито його визначаючи), впливають і на поведінку людей стосовно інших, на комплекс соціальних взаємодій. З одного боку, якщо у вченні містяться жорсткіші й агресивніші ідеї щодо ставлення до інших людей, то у разі їх інтеріоризації великими масами послідовників взаємодії між різними групами у суспільстві можуть бути напруженішими або й переходити у відкритий конфлікт. З іншого боку, якщо вчення акцентується на «іншому» світі, на тимчасовості земного життя, на тому, що земні страждання будуть компенсовані в іншому житті, то віруючі, котрі зважають саме на цю пропозицію, більш схильні до терпіння та менше зважають на особисті та соціальні проблеми, і, відповідно, релігія зменшуватиме індивідуальну та суспільну напруженість. Але одразу можна припустити, що подібний вплив релігії на соціальну напруженість матиме місце лише у разі переваги у свідомості великих мас віруючих етичних та ідейних релігійних настанов, акцентуації на максимах релігійного вчення. Якщо ж домінуючими будуть магічні складники релігії (що є якраз актуальним для України, див., напр., [6]), то особливого впливу на соціальну напруженість вона не матиме.

Також чинником як збільшення, так і зменшення соціальної напруженості може бути діяльність релігійних груп та організацій, зокрема їх взаємодії між собою та зі світськими організаціями та групами. Відносини між різними релігійними організаціями можуть бути дружніми, нейтральними або ворожими. В останньому випадку ворожість може поширюватися на відносини між великими масами віруючих і сприяти напруженості у суспільстві. В Україні сьогодні є достатні підстави очікувати зростання соціальної напруженості внаслідок взаємодій між релігійними організаціями, адже не один рік триває протистояння двох великих православних Церков – Православної Церкви України (ПЦУ) й Української Православної Церкви (УПЦ). Таке

протистояння цілком може відбиватися на ставленні один до одного великих мас вірян цих Церков і, відповідно, у зростанні напруженості.

Так само релігійні організації можуть вступати у мирні чи ворожі відносини з мирськими інституціями (насамперед із державою), або конфліктувати з останніми (інтенсифікуючи суспільну напруженість), або, навпаки, виступаючи медіаторами у конфліктах між світськими інституціями (сприяючи зменшенню напруженості). Відповідно, розглядаючи проблематику зв'язку релігії із соціальною напруженістю, необхідно зважати на обидва зазначені потенційні джерела та досліджувати потенційний вплив і релігійної віри, і конфесійної належності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз ролі релігії у наявних в Україні конфліктах здійснювали А. Колодний, Л. Филипович, О. Саган, О. Хмільовська, С. Здіорук, В. Титаренко, О. Титаренко, О. Недавня [див. 7], В. Єленський [див. 8], Л. Чупрій [9], проте у їхніх розвідках увага зосереджувалася на теоретичному осмисленні наслідків православного розколу в Україні та політизації цього розколу. Натомість одним із найбільш обґрунтованих способів визначення міри реального впливу релігії на стан соціальної напруженості у суспільстві є аналіз даних масових опитувань. Зокрема, якщо ми можемо порівняти релігійних і нерелігійних респондентів і представників різних конфесійних груп за показниками, пов'язаними із соціальною напруженістю, то це дозволить більш достовірно визначати зв'язок між релігійністю та напруженістю, адже, якщо релігійні та нерелігійні респонденти (або представники різних конфесій) однаково оцінюють поширеність напруженості у суспільстві (чи самі однаковою мірою відчують напруженість, пов'язану із суспільними процесами), то є всі підстави припускати, що релігійність (чи конфесійна належність) не має впливу на ці відчуття. Якщо ж, навпаки, відмінності матимуть місце, то можна стверджувати, що релігія має вплив на відповідні відчуття; причому якщо відмінності матимуть місце між загалом релігійними та нерелігійними особами, можна говорити про вплив власне наявності релігійних переконань; якщо ж відмінності існуватимуть між представниками різних релігійних організацій, можна припускати наявність впливу саме останніх. Подібний аналіз щодо України зазвичай не здійснюється, і це було зроблено лише мною кілька років тому [див. 10], але відповідні показники варто відстежувати постійно, оскільки триває міжцерковне протистояння, вплетене у протистояння політичне. І такий стан несе потенційні загрози для стабільності суспільства та держави.

Тож **метою статті** є визначення потенціалу релігійного впливу на стан соціальної напруженості в українському суспільстві на підставі даних опитування населення України.

Виклад основного матеріалу. Для досягнення цієї мети розглянемо дані загальнонаціонального репрезентативного опитування населення України 2020 р., здійсненого Інститутом соціології НАН

Україні⁵. Як вже зазначалося вище, у цьому опитуванні респондентів просили визначити міру загальної напруженості у суспільстві, а також схарактеризувати наявну політичну ситуацію у країні у площині «благополучна/спокійна – напружена/критична». Розподіли за цими ознаками ми можемо порівняти у групах релігійних і нерелігійних осіб⁶ і чотирьох групах, виділених за конфесійною належністю – вірян ПЦУ, вірян УПЦ, вірян Української Греко-Католицької Церкви (УГКЦ) та віруючих, які ідентифікували себе як православних, проте не пов'язували себе з певною Церквою (позначимо їх як «позацерковних православних»)⁷.

Якщо ми порівняємо оцінки релігійними та нерелігійними особами загального стану напруженості у країні, то відмінностей не фіксуватиметься. Середній бал за використаною в цій ознаці шкалою становив 6,1 серед нерелігійних респондентів і 6,3 серед релігійних (відмінності не є статистично значущими). Тобто власне наявність релігійної віри не впливає на розподіл відповідей за цим запитанням, проте деякі відмінності фіксуються у зв'язку із конфесійною належністю. Зокрема, віряни УПЦ та УГКЦ були трохи більш схильними оцінювати загальну ситуацію у країні як напружену (серед вірян УПЦ середній бал становив 6,6, а серед вірян УГКЦ – 6,5), натомість показники вірян ПЦУ та «позацерковних православних» були меншими, причому практично такими самими, як у групі нерелігійних (табл. 1).

Причому, якщо ми порівняємо ці показники з тими, що були отримані в моніторинговому опитуванні Інституту соціології НАН України 2017 р. (коли ставилося аналогічне запитання), то виявиться, що «лідерство» вірян УПЦ та УГКЦ мало місце і тоді. Зокрема, серед вірян УПЦ середній бал становив 7,3, а серед вірян УГКЦ – 7,2, тоді як серед «позацерковних православних» відповідний середній бал дорівнював 6,9, серед вірян тодішньої Української Православної Церкви Київського Патріархату – 6,5, серед нерелігійних респондентів – 6,7.

⁵ Опитування є частиною багаторічного соціологічного моніторингу, який здійснюється Інститутом соціології НАН України. У 2020 р. польовий етап дослідження реалізовувався 19 вересня – 10 жовтня, опитано 1 800 осіб котрі репрезентують доросле (18 років і старше) населення України (крім території АР Крим та окупованих Росією частин Донецької та Луганської областей) за параметрами регіону проживання, типу населеного пункту, статі та віку. Докладніше про методiku див. [7, с. 442]

⁶ Поділ на релігійних і нерелігійних здійснювався на підставі відповідей на запитання «До якого віросповідання Ви себе відносите?» з варіантами відповідей «Не релігійний», «Православ'я», «Католицизм», «Греко-католицизм», «Протестантизм», «Іслам», «Іудаїзм», «Інше». До групи релігійних віднесено всіх, хто обрав варіанти відповідей, пов'язані з певним віросповіданням (враховуючи «Інше»), до групи нерелігійних – віднесено тих, хто обрав відповідний варіант відповіді.

⁷ Віднесення респондентів до груп вірян ПЦУ, УПЦ та УГКЦ здійснювалося на підставі їх самоідентифікації; до групи «позацерковних православних» віднесено тих респондентів, які за церковної ідентифікації обирали варіант «Просто православний, не відношу себе до якогось патріархату». Лише ці 4 групи є достатньо наповненими, аби їх можна було порівнювати між собою. Наповненість груп протестантів, мусульман, іудеїв у масиві є занадто малою.

Таблиця 1

Оцінка рівня напруженості у сучасному українському суспільстві (середні бали)

Віряни УПЦ (n=234)	6,6
Віряни УГКЦ (n=142)	6,5
Віряни ПЦУ (n=354)	6,3
Позацерковні православні (n=696)	6,1
Нерелігійні (n=259)	6,1

Таке співвідношення показників може свідчити на користь гіпотези про наявність впливу на думки вірян тих Церков, до яких вони належать, адже у випадку з УПЦ цілком можна очікувати наявності більшого відчуття напруженості серед її вірян внаслідок певних проблем у її функціонуванні. Ієрархи цієї Церкви часто скаржаться на упереджене ставлення до неї, на насильницькі захоплення її храмів, активно транслюють у публічному просторі думку про гоніння на свою Церкву. І така активність вочевидь знаходить відгук серед частини вірян цієї Церкви. У випадку з вірянами УГКЦ більше відчуття суспільної напруженості може бути пов'язане з гострішою реакцією на нездатність постмайданної влади здійснити бажані реформи, на побоювання неприпустимих поступок Росії та відмови від європейського вектору руху країни, які актуалізувалися у суспільстві після приходу до влади Президента В. Зеленського. Водночас можна побачити, що зазначені відмінності є досить малими, тож можна припускати, що конфесійний вплив, якщо й має місце, то у досить незначному масштабі.

Якщо звернутися до розподілу думок щодо характеру політичної ситуації в Україні, то ми побачимо дещо іншу, ніж у розподілах

Таблиця 2

Оцінка політичної ситуації у групах релігійних і нерелігійних респондентів (%)

Оцінка політичної ситуації	Групи респондентів	
	Нерелігійні (n=259)	Релігійні (n=1539)
Благополучна, спокійна*	16,2	11,4
Напружена, критична, вибухонебезпечна**	72,2	81,7
Важко сказати	11,6	7,0

* Об'єднано частки тих, хто обрав варіанти відповідей «Благополучна» та «Спокійна».

** Об'єднано частки тих, хто обрав варіанти відповідей «Напружена» та «Критична, вибухонебезпечна».

за попередньою ознакою, ситуацію. Зокрема, вже не фіксуватиметься значущих відмінностей між конфесійними групами, проте матимуть місце відмінності між групами релігійних і нерелігійних респондентів, які полягають у більшій поширеності серед релігійних осіб думок, що політична ситуація напружена чи й вибухонебезпечна. Напруженою або критичною, вибухонебезпечною політичну ситуацію вважали близько 82% із релігійних осіб і близько 72% нерелігійних (табл. 2).

Одразу відзначимо, що такі відмінності є першими за тривалий період спостережень. Якщо звернутися до даних моніторингових опитувань Інституту соціології НАН України починаючи з 2010 р., то до 2020 р. співвідношення визначень політичної ситуації як благополучної або напруженої у групах релігійних і нерелігійних осіб ніколи значуще не різнилося. Тому важко сказати, зі чим пов'язані зафіксовані особливості. Можливо, певну роль відіграє більша стурбованість релігійних осіб ситуацією з епідемією COVID-19. У розглянутому моніторинговому опитуванні 2020 року ставилося запитання щодо міри схвильованості станом поширення цієї інфекції. Серед релігійних респондентів частка тих, кого проблема епідемії коронавірусу дуже або скоріше хвилює, виявилася помітно більшою – близько 75%, проти близько 58% серед нерелігійних осіб. Тож, можливо, на думки про політичну ситуацію вплинула більша особиста психічна напруженість віруючих, проте у разі правильності такої гіпотези релігійні респонденти мали би так само давати гірші оцінки за ознакою, що вимірювала рівень загальної напруженості у країні, але такого немає, тож подібне пояснення виглядає не переконливо. Цілком можливо, ми маємо справу з якимось тимчасовим відхиленням, яке визначається не стільки релігійністю, скільки іншими пов'язаними з нею соціальними чинниками.

Відсутність або надзвичайну слабкість зв'язку між релігійністю та рівнем суспільної напруженості можна додатково підтвердити іншими індикаторами. Зокрема, в аналізованому моніторинговому опитуванні 2020 р. ставилося запитання щодо ймовірності у населеному пункті, де проживає респондент, масових виступів (мітингів, демонстрацій)⁸. Схильність великих мас населення до таких виступів однозначно є показником напруженості та може використовуватися для оцінки останньої. І ось за цим показником статистично значущих відмінностей у групах релігійних і нерелігійних осіб не спостерігалось (у першій групі про ймовірність масових виступів заявили близько 19%, у другій – близько 17%). Якщо ж зважати на конфесійну ознаку, то відмінності матимуть місце, але будуть невеликими. Зокрема, ймовірність масових виступів відзначили близько 27% серед вірян

⁸ В анкеті запитання формулювалося так: «Як Ви вважаєте, наскільки можливі зараз у Вашому місті/селі масові виступи (мітинги, демонстрації) населення проти падіння рівня життя, на захист своїх прав?» із варіантами відповідей «Малоймовірно», «Важко сказати», «Досить імовірно».

ПЦУ, близько 18% серед вірян УГКЦ та УПЦ, та близько 16% серед «позацерковних православних». Тобто дещо відрізняються від інших представники ПЦУ, але можна відзначити, що ця більша частка згадувань про ймовірність масових виступів сформувалася лише за рахунок вірян ПЦУ зі східного регіону, тож можна припустити, що у цьому випадку головну роль відіграють швидше якісь регіональні проблеми.

Висновки і пропозиції. Таким чином, представлені дані дають підстави стверджувати, що релігія у нинішньому українському суспільстві досить слабо впливає на стан соціальної напруженості. Ми бачимо, що релігійні особи оцінюють цей стан переважно так само, як нерелігійні, тобто уявлення про рівень напруженості формується під впливом саме світських чинників (війни на Сході, неадекватних дій влади, проблем із реформами, відсутністю зростання рівня життя тощо). Певні відмінності в оцінках мають місце між вірянами різних Церков, але ці відмінності є достатньо обмеженими, і можна вважати, що конфесійний вплив, якщо й має місце, то є досить слабким. Тобто, незважаючи на підстави для створення у суспільстві напруженості на ґрунті конфлікту між великими Церквами, цей чинник небагато додає до наявної напруженості, котра визначається майже виключно тими суспільними процесами, які мають не пов'язане з релігією підґрунтя. Помітне невдоволення керівництва УПЦ нинішнім станом слабо відбивається у поглядах широких мас вірян цієї Церкви. Водночас не можна виключити зсувів у цьому стані у майбутньому, адже невдоволення може поступово накопичуватися і врешті решт проявлятися у конкретних діях, зокрема насильницьких. До того ж підстави для невдоволення мають не лише прихильники УПЦ. Якщо останні можуть вважати, що держава утискає цю Церкву, то прихильники ПЦУ можуть вважати, що держава недостатньо підтримує їхню Церкву. І так само може зростати напруженість між православними та греко-католиками у разі активності останніх, спрямованої на збільшення своєї присутності у релігійному полі. Відповідно, проблематика можливого впливу релігійних чинників на стан соціальної напруженості потребує подальшого вивчення.

Список використаної літератури

1. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред. В.М. Ворона, М.О. Шульга. Київ : Інститут соціології НАН України, 2020. Вип. 7 (21). 547 с.
2. Арістова А. Релігійні конфлікти в сучасному світі: природа, вияви, шляхи врегулювання : монографія. Київ : НТУ, 2007. 336 с.
3. Религия и конфликт / под ред. А. Малашенко, С. Филатова. Москва : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. 289 с.
4. Этничность и религия в современных конфликтах / отв. ред. В.А. Тишков, В.А. Шнирельман. Москва : Наука, 2012. 650 с.
5. Svensson I. Conflict and Peace. *Handbook of Religion and Society* / ed. by David Yamane. Springer International Publishing Switzerland, 2016. P. 467–484.

6. Паращевін М. Релігія в Україні: траєкторія інституційних змін. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2017. 362 с.

7. Релігійна безпека/небезпека України : збірник наукових праць і матеріалів / за ред. А. Колодного. Київ : Українська асоціація релігієзнавців, 2019. 316 с.

8. Релігійний чинник у процесах націє- та державотворення: досвід сучасної України. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень імені І.Ф. Кураса НАН України, 2012. 272 с.

9. Чупрій Л. Діяльність релігійних організацій та загрози національній безпеці України. *Стратегічні пріоритети*. 2011. № 4. С. 57–64.

10. Паращевін М. Кейс «міжконфесійні стосунки»: внесок у загальну картину соціальної напруженості суспільства. *Соціальна напруженість в кризовому соціумі*. Київ : Інститут соціології НАН України. 2019. С. 107–145.

Parashchevin M. A. Population's opinion about situation with social tension in Ukrainian society: confessional aspect

The article is devoted to the analysis of the influence of religion on social tension in Ukrainian society. Nowadays Ukraine is characterized by an increased level of social tension. One of the factors that can create tension, maintain existing tensions, or help reduce tensions is religion. The ability of religion to influence the level of tension in society is determined by the state of religiosity and the nature of religious organizations, and the characteristics of the current socio-political and socio-cultural situation in society. That is, the influence of religion on tensions in society is locally determined and, accordingly, requires local research. In the case of Ukraine, the conflicting influence of religious teachings is unlikely, but the peculiarities of interaction between religious organizations, and between the latter and the state, may become conflicting. The initial stage of the conflict is the formation of tensions in the interactions between different groups. Therefore, if we want to prevent conflicts in the early stages, it is necessary to study the extent to which tensions are realized in society. This issue can be explored in various ways, including the use of public opinion polls. The data of the polls of the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine are analyzed, which show that religion in the current Ukrainian society has a rather weak influence on the state of social tension. In particular, in determining the overall level of tension in the country, religious peoples gave estimates similar to those of non-religious persons. From this we can conclude that the imagination about the level of social tension in our population is formed under the influence of secular factors. There are some differences of opinion between believers of different Churches, which is to be expected, given the existence of a long-standing conflict between the two dominant Orthodox Churches in Ukraine, complicated by its connection to the political conflict. However, these differences are quite limited, so the confessional influence, if any, is rather weak.

Key words: social tension, conflict, religion, religious believes, religious organizations.

УДК 316

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.7>

М. В. ТУЛЕНКОВ

доктор соціологічних наук, професор,
професор кафедри галузевої соціології,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Я. В. ЗОСЬКА

доктор соціологічних наук, професор,
професор кафедри філософії та соціології,
Маріупольський державний університет

О. О. ПУСТОВИЙ

кандидат юридичних наук,
старший викладач кафедри кримінології
та кримінально-виконавчого права,
Національна академія внутрішніх справ

СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ ЯК ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ВІДТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО СОЦІУМУ

Соціальні відносини трактуються нами як різноманітні соціальні взаємозв'язки між людьми (індивідами, їхніми групами та спільнотами) у процесі їхньої соціальної взаємодії, зумовлені соціальним положенням людей і виконуваними ними соціальними функціями у певному суспільстві.

Визначено, що соціальні відносини виникають у таких формах: по-перше, як відносини людини з суспільством, або суспільства з людиною; по-друге, між індивідами як членами суспільства; по-третє, між елементами, компонентами та підсистемами усередині суспільної системи; по-четверте, між різними об'єднаннями, організаціями, товариствами тощо; по-п'яте, між індивідами як представниками різних соціальних груп, спільнот, класів і соціальних інститутів, а також між індивідами та кожною із цих структур та усередині кожної з них.

З'ясовано, що основою відмінностей між соціальними стосунками, як показав аналіз, є насамперед інтереси, мотиви та потреби індивідів і соціальних груп, головними з яких є первинні та вторинні потреби (зокрема влада й повага) кожної людини. Особлива увага дослідників надається передусім міжособистісним відносинам, які характеризуються безпосередніми прямими контактами соціальних суб'єктів.

До соціально значимого продукту таких відносин можна віднести: по-перше, у соціальних відносинах – здоровий соціально-психологічний клімат; суспільне визнання; ствердження соціального статусу; по-друге, у сімейних відносинах – любов, взаєморозуміння, взаємодопомогу, взаємодовіру;

© М. В. Туленков, Я. В. Зоська, О. О. Пустовий, 2021

по-третє, в економічних відносинах – договір, контракт, кредит, внесок, поруку, власність; по-четверте, у педагогічних відносинах – приріст нових знань, умінь і навичок, значущих для професійної соціалізації особистості; по-п'яте, у службових відносинах – визнання прав, повноважень і обов'язків; по-шосте, у міжнаціональних відносинах – взаємоповагу, договір, паритет, визнання статус-кво; по-сьоме, у релігійних відносинах – визнання конфесійних норм, звичаїв, традицій.

Визначено, що соціальні відносини можуть не тільки істотно змінюватися у зв'язку зі зміною ціннісних орієнтацій та установок партнерів на характер цих відносин, але й припинятися чи розпадатися через невиконання однією зі сторін прийнятих у суспільстві норм соціальної взаємодії.

Ключові слова: соціальні відносини, соціум, соціальні стосунки, соціальна поведінка.

Постановка проблеми. Соціологія як сукупність пізнавальних технологій із самого початку артикулювала себе як самостійну науку, головною метою котрої було надання об'єктивної відповіді на питання: «що таке суспільство і чому воно можливе?» шляхом пізнання соціального буття людей, його природи, форм і механізмів взаємодії, завдяки яким і відбувається утворення, функціонування та відтворення соціальних груп, спільнот і суспільства загалом. Постановка такої мети уможливила, з одного боку, охопити всю сукупність знань про життєдіяльність суспільства, а з іншого – здійснити редукцію щодо певної частини цієї соціальної реальності. Обидві складові частини сприяли розкриттю структурної архітектури суспільної системи шляхом з'ясування сутнісних властивостей і можливостей соціальних дій, взаємодій і відносин індивідів і соціальних угруповань, які виступають визначальними «будівельними цеглинками» формування, відтворення та розвитку такої системи. Розкриття механізмів взаємодії людини та суспільства надає, таким чином, можливість скласти цілісну картину внутрішнього устрою сучасного соціуму, а також динаміки його розвитку на етапі розбудови інформаційної цивілізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оцінюючи ступінь наукової опрацьованості теми загалом, слід зазначити, що вона є недостатньо дослідженою. Водночас окремі концептуальні аспекти організаційної взаємодії вивчалися як закордонними, так і вітчизняними представниками різних наукових напрямів. У працях Р. Арона, П. Бергера, Г. Блумера, П. Бурд'є, М. Вебера, Е. Гоффмана, Р. Кантера, М. Кроз'є, Д. Міда, Р. Мертонна, Т. Парсонса, П. Сорокіна, Н. Смелзера, З. Фрейда, Ю. Хабермаса, Дж. Хоманса, П. Штомпки та ін. висвітлено структуру і механізми соціальної взаємодії індивідів і соціальних груп. У межах класичних теорій організації соціального управління (Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Емерсон, Г. Форд, Л. Урвік, Л. Гулік та ін.) подано загальні принципи організації спільної діяльності та раціонального управління нею, а в рамках доктрини людських відносин (К. Арджиріс, Р. Блейк, Ф. Герцберг, К. Левін, Р. Лайкерг, А. Маслоу,

Е. Мейо, Д. Макгрегор, Г. Мінцберг, Д. Мутон, А. Етціоні, Ф. Фідлер, М. Фоллет та ін.) визначено різні форми взаємодії керівників і підлеглих у процесі реалізації організаційних цілей.

Мета статті – проаналізувати соціальні відносини з погляду вирішального чинника життєдіяльності та відтворення сучасного соціуму.

Виклад основного матеріалу. У цьому контексті визначальною категорією, що сприяє розумінню соціальної життєдіяльності людей у сучасному соціумі, виступає, на наш погляд, категорія соціальних відносин. У загальному значенні *соціальні відносини* трактуються як різноманітні соціальні взаємозв'язки між людьми (індивідами, їхніми групами та спільнотами) у процесі їхньої соціальної взаємодії, зумовлені соціальним становищем людей і виконуваними ними соціальними функціями у певному суспільстві. Звідси випливає, що *соціальні відносини* тісно пов'язані із соціальними взаємодіями, але вони не є тотожними поняттями, хоча й позначають одне й те саме явище. З одного боку, *соціальні відносини* реалізуються через соціальні практики (взаємодії) людей, а з іншого – є передумовою соціальних практик, тобто стійкою та нормативно закріпленою соціальною формою, завдяки якій уможливується реалізація соціальних взаємодій. Більше того, ці відносини визначальним чином впливають на дії та поведінку індивідів, тобто вони спрямовують і формують, пригнічують і стимулюють соціальні практики й очікування індивідів і соціальних груп. Водночас *соціальні відносини* завжди є ніби «вчорашніми» соціальними взаємодіями, тобто «застиглою» соціальною формою живої та динамічної життєдіяльності людей у сучасному соціумі.

Аналіз показує, що категорія *«соціальні відносини»* ще й досі не набула чіткого й предметного визначення у соціологічній літературі, у якій вона нерідко ототожнюється з категорією «суспільні відносини», однак, на думку представників марксистської соціології, таке ототожнення є цілком правомірним лише тоді, коли *соціальні відносини* розглядаються у найбільш широкому контексті, тобто у їх протиставленні природним відносинам. Так, відомий німецький філософ і соціолог К. Маркс «виокремлював *соціальні відносини* із системи суспільних відносин (економічних, політичних, правових, духовних тощо), вважаючи їх специфічним і відносно самостійним видом відносин, який відображає діяльність соціальних суб'єктів із приводу їх неоднакового, різного соціального становища у суспільстві та тієї неоднакової соціальної ролі, яку вони відіграють у суспільному житті» [6; 12, с. 66].

Натомість інший німецький філософ і соціолог М. Вебер під *соціальними відносинами* розумів «поведінки декількох людей, що співвіднесені за своїм смыслом одна з одною та орієнтуються на це. Відповідно, *соціальні відносини* повністю та виключно вкладаються у можливість того, що соціальна поведінка матиме доступний (осмисленому) визначенню характер, а на чому така можливість заснована, тут особливого

значення не має». «Тією самою ознакою цього поняття, – підкреслював М. Вебер, – служить – нехай навіть мінімальний – ступінь відношення одного індивіда до іншого». «Зміст цього відношення може бути самим різним: боротьба, ворожнеча, любов, дружба, повага, ринковий обмін, виконання угоди, ухилення або відмова від неї, суперництво економічного, еротичного або якого-небудь іншого характеру. Таким чином, поняття «соціальне відношення» як таке нічого нам не говорить про те, йдеться про «солідарність» діючих осіб чи про щось прямо протилежне» [1, с. 630–631].

Ще один класик соціології, французький соціолог Е. Дюркгейм вважав, що «сукупність соціальних фактів і *соціальних відносин* (основу котрих становлять передусім переконання та настрої, відомі рядовим членам суспільства) формують детерміновану систему, що живе сласним життям». Цю систему вчений назвав «колективною (або загальною) свідомістю, яка не тільки створює суспільство, але й утримує його у стані єдності, тоді як сама колективна свідомість формується на основі взаємодії» індивідів і соціальних спільнот». «Солідарність, – наголошував Е. Дюркгейм, – спочиває на колективній свідомості – сукупності спільних вірувань і почуттів, котрі поділяють члени однієї групи чи суспільства. Колективна свідомість відбиває характер народу, його ідеали та традиції, оскільки її формами виступають релігія, мораль, право»[2; 13, с. 429].

Зазначене вказує на неабияку складність аналізу *соціальних відносин*, оскільки вони, з одного боку, не є статичними, закріпленими формами соціальної взаємодії, а з іншого – тісно пов'язані з іншими видами суспільних відносин, тобто інтегрують їх, перетинаються з ними, а також виявляються через них. Для того, щоб виокремити *соціальні відносини* у їхньому суто вузькому розумінні із системи суспільних відносин, необхідно насамперед встановити, із приводу чого вони складаються. Відомо, що кожний різновид суспільних відносин складається та реалізується між соціальними суб'єктами (індивідами і соціальними групами) із приводу того чи іншого матеріального або духовного об'єкта. Наприклад, якщо відносини складаються із приводу засобів суспільного виробництва – це економічні відносини, із приводу виборювання державної влади – політичні, стосовно тлумачення юридичних законів або правових норм – юридичні, а стосовно моральних вчинків людей – моральні відносини тощо [10, с. 66–67].

Як бачимо, *соціальні відносини у вузькому сенсі* складаються зазвичай із приводу власне самої соціальної взаємодії, що виникає між індивідами та соціальними групами, які займають різне соціальне положення в суспільстві, чим і визначається їх нерівний реальний доступ до влади, власності, інших життєво важливих суспільних благ. Це насамперед говорить про те, що *соціальні відносини* органічно зв'язані та перетинаються з усіма іншими видами суспільних відносин, а також із формами та способами соціальної діяльності індивідів і соціальних

спільнот, із їхніми соціальними інтересами та потребами. У принципі соціальна взаємодія індивідів і соціальних груп об'єктивно зумовлена їх природою, необхідністю та способом задоволення своїх насущних інтересів і потреб, що не тільки ставить їх у залежність одне від одного, але й приводить до установаження між ними стійких і тривалих соціальних відносин. Останні визначаються здебільшого як відносно стійка система зв'язків індивідів і соціальних груп, яка складається у процесі їхньої взаємодії одне з одним як постійними носіями якісно різних видів соціальної діяльності, що різняться між собою за способом життя, рівнем і джерелом доходів, структурою особистого споживання, а також займають різне соціальне положення і виконують різні соціальні функції у суспільстві.

У структурному вимірі соціальні відносини включають соціальні статуси, ролі, норми, цінності, права, обов'язки, а також функціональний взаємозв'язок між різними статусами, що займають різні індивіди, соціальні групи, класи та спільноти у суспільстві. Унаслідок цього *соціальні відносини* завжди відображають соціальне положення людей і їхніх груп і спільнот у суспільстві, характер соціальних взаємодій між ними, процеси поглиблення або, навпаки, подолання відмінностей між соціальними суб'єктами (індивідами та групами), деградацію чи розвиток соціальних груп, спільнот і особистостей, а також соціальної структури суспільства як такого. У сучасній соціології накопичено чимало змістовних визначень поняття *соціальних відносин*, серед яких найчастіше вживаються такі з них, як:

1) *соціальні відносини* – це сукупність соціально значимих зв'язків між членами суспільства;

2) *соціальні відносини* – це історично зумовлені суспільні форми відношення людей одне до одного у конкретних умовах місця і часу;

3) *соціальні відносини* – це відносини між соціальними суб'єктами із приводу їхньої рівності та соціальної справедливості у розподілі життєвих благ, умов становлення і розвитку особистості, задоволення матеріальних, соціальних і духовних потреб;

4) *соціальні відносини* – це відносини, що встановлюються у суспільстві між великими групами людей, які за сферою прояву поділяються на економічні, політичні, духовні, соціальні;

5) *соціальні відносини* – це різноманітні соціальні зв'язки, котрі об'єктивно виникають між людьми як суб'єктами суспільного буття та проявляються у їхній взаємозалежності;

6) *соціальні відносини* – це загальне родове поняття, що використовується для позначення соціальних різних зв'язків, які відображають, з одного боку, спільність, схожість і єдність людей, а з іншого – їхню соціальну відмежованість, відмінність, відокремленість і своєрідність;

7) *соціальні відносини* – це відносини між групами людей, що займають різне положення у суспільстві, беруть різну участь у його економічному, політичному і духовному житті, а також розрізняються

способом життя, рівнем і джерелом доходів, структурою особистого споживання;

8) *соціальні відносини* – це відображення взаємної залежності людей як суб'єктів соціального буття із приводу їхньої життєдіяльності, способу життя, ставлення до суспільства, внутрішньої самоорганізації та саморегуляції, а також до інших соціальних суб'єктів;

9) *соціальні відносини* – це різні взаємодії та зв'язки між окремими людьми або групами людей, які установлюються у процесі їхньої спільної практичної та духовної діяльності;

10) *соціальні відносини* – це важлива форма виявлення тривалих, сталих, системних, обновлюваних і різноманітних за змістом соціальних зв'язків, які є стосунками схожості та відмінності, рівності та нерівності, панування та підлеглості між окремими людьми та їхніми групами [8, с. 359–360; 10, с. 67; 11, с. 130].

Однак у будь-якому разі під *соціальними відносинами* розуміються насамперед стійкі форми організації соціального життя. Натомість для характеристики соціального життя нерідко використовується також термін «соціетальний», що характеризує суспільство загалом, тобто всю систему суспільних відносин. *Соціальні відносини* – це також сукупність нормативно врегульованих мораллю, звичаями та законами індивідуальних суб'єктно-суб'єктних і суб'єктно-об'єктних відносин, які складаються під впливом: *по-перше*, взаємного поборювання індивідів за об'єкти власності; *по-друге*, спільної життєдіяльності на загальній території; *по-третє*, генетичної програми відтворення суспільного буття; *по-четверте*, співпраці людей одне з одним на умовах суспільного поділу праці у сфері виробництва, розподілу, обміну і споживання сукупного суспільного продукту.

Отже, *соціальні відносини* проявляються лише в певних видах взаємодій між людьми, а саме у соціальних, у процесі котрих люди втілюють свої соціальні статуси і ролі в житті, а самі статуси й ролі, у свою чергу, мають досить чіткі межі та жорсткі регламентації. Соціальні відносини, таким чином, надають взаємну визначеність соціальним позиціям і статусам. Наприклад, відносини у сфері торгівлі між основними чинниками – це взаємна визначеність статусу продавця і покупця у процесі здійснення угоди (купівлі-продажу). Особливістю *соціальних відносин* є те, що за своїм характером вони і не об'єкт-об'єктні, подібно до відносин між об'єктами у природі, і не суб'єкт-суб'єктні, подібно до міжособистісних відносин, коли людина взаємодіє з іншою людиною, а переважно *суб'єкт-об'єктні*, коли взаємодія відбувається за соціально відчуженої форми людської суб'єктивності (наприклад, соціальне Я) і сама людина у цих відносинах представлена частковим і нецілісним соціально діючим суб'єктом, тобто соціальним агентом.

Водночас *соціальні відносини*, як засвідчує аналіз, у «чистому вигляді» не існують. Вони втілюються у соціальних практиках

і завжди опосередковані певними об'єктами – соціальними формами (наприклад, речами, ідеями, соціальними явищами, процесами тощо). Причому ці відносини можуть виникати між людьми, які безпосередньо не контактують і навіть можуть не знати про існування одне одного, а взаємодії між ними будуть здійснюватися через систему соціальних інститутів і організацій, але не завдяки їхнім суб'єктивним відчуттям обов'язку або наміру підтримувати дані відносини. *Соціальні відносини* – це й система різноманітних стійких залежностей, які виникають між окремими індивідами, їхніми групами, організаціями та спільнотами, а також усередині останніх у процесі спільної економічної, політичної, соціокультурної та іншої діяльності, реалізації ними своїх соціальних статусів і соціальних ролей.

Тож вважається, що *соціальні відносини* виникають у таких формах: *по-перше*, як відносини людини із суспільством або суспільства з людиною; *по-друге*, між індивідами як членами суспільства; *по-третє*, між елементами, компонентами та підсистемами усередині суспільної системи; *по-четверте*, між різними об'єднаннями, організаціями, товариствами тощо; *по-п'яте*, між індивідами як представниками різних соціальних груп, спільнот, класів і соціальних інститутів, а також між індивідами і кожною із цих структур та усередині кожної з них. Отже, *соціальні відносини* як багатоаспектне складне інтегративне соціальне явище не можуть бути охарактеризовані однозначно, оскільки їх основою є відносини рівності та нерівності, що розкривають складні взаємини між людьми, що перебувають на різних соціальних позиціях у суспільній системі. Йдеться про складну діалектику рівності й нерівності між людьми у межах соціальної структури суспільства. Оскільки відносини абсолютної соціальної рівності між людьми об'єктивно неможливі, то провідними чинниками їхньої взаємодії виступають відносини соціальної нерівності.

Натомість для розкриття видового різноманіття *соціальних відносин* у соціології, як свідчить аналіз, існує експериментально-пошукова класифікація таких відносин, що базується на різних підставах і критеріях:

- 1) за формою соціальної взаємодії виділяють: кооперативні; конкурентні; конфліктні відносини;
- 2) за видами соціальної взаємодії – фізичні; вербальні; жестові;
- 3) за соціальною роллю – службові; викладацькі; підприємницькі;
- 4) за соціальним статусом – національні; родинні; дворянські;
- 5) за сферами суспільного життя – політичні; економічні; демографічні; релігійні; професійні; територіальні;
- 6) за змістом предмета – педагогічні; психологічні; правові; моральні;
- 7) за рівнем соціалізованості людей – адаптивні; дезадаптивні; пристосовницькі відносини;
- 8) за результатом соціалізації людей – злочинні; маргінальні; кримінальні;

- 9) за суспільними цінностями – негативні; позитивні; упереджені;
- 10) за відомчою належністю – освітні; пенітенціарні; муніципальні; міжвідомчі тощо;
- 11) за цінностями самих учасників – дружні; добропорядні; любовні; демонстративні;
- 12) за віковим рівнем учасників – дитячо-батьківські; міжпоколінні; шанобливі; фамільярні тощо;
- 13) за обсягом владних повноважень – горизонтальні; вертикальні;
- 14) за ступенем регламентування – формальні (офіційно оформлені); неформальні;
- 15) за способом спілкування людей – безособові або опосередковані; міжособові або безпосередні;
- 16) за суб'єктами діяльності – міжорганізаційні; внутрішньо-організаційні;
- 17) за рівнем соціальної справедливості – справедливі; несправедливі [1–9; 12; 14; 15].

Основою відмінностей між соціальними стосунками, як показав аналіз, є насамперед інтереси, мотиви та потреби індивідів і соціальних груп, головними з яких є первинні та вторинні потреби (зокрема влада й повага) кожної людини. Між іншим особлива увага з боку дослідників надається передусім *міжособистісним відносинам*, які характеризуються безпосередніми прямими контактами соціальних суб'єктів. У логіці розвитку міжособистісних відносин можна виділити певні напрямки, що відображують кількісну зміну якості цих відносин і можуть бути визначені такими термінами, як приятельські, товариські, дружні, шлюбні, родинні тощо. Вищою формою розвитку міжособистісних відносин вважається сім'я, де у знятому вигляді представлені всі рівні стосунків людини. За межами міжособистісних відносин розвиваються всі інші різновиди соціальних відносин, зокрема виробничі, соціально-трудові, національні, політичні, етнічні, мистецькі, правові, наукові тощо. Звичайно, що люди свої особистісні установки, позиції, стосунки привносять і у трудовий колектив, на роботу, в організацію, установу, заклад тощо. Вкрай важливим є виділення у певному соціумі тих соціальних відносин, які передусім відображають основну діяльність людини у повсякденному житті, оскільки типологічні відмінності соціальних відносин є похідними від типології суспільної діяльності, наприклад: політична діяльність – політичні відносини, економічна діяльність – економічні відносини, управлінська діяльність – управлінські відносини, екологічна діяльність – екологічні відносини тощо. Тому для науковця під час вивчення потенціалу соціальних відносин, особливо конфліктного типу, важливо завжди знаходити базові, вихідні підстави, щоб зробити правильні висновки не тільки про причини конфліктних відносин у колективі, а й про можливі ефективні способи їх попередження та розв'язання.

Слід наголосити на тому, що *соціальні відносини* – це головним чином багатосторонні та взаємовигідні соціальні контакти, результатом яких виступає соціально значимий продукт культурно-духовної властивості. Суть цього продукту полягає насамперед у створенні необхідних умов для реалізації насущних або віддалених потреб суб'єктів соціальних відносин. До соціально значимого продукту таких відносин можна віднести: по-перше, у *соціальних відносинах* – здоровий соціально-психологічний клімат; суспільне визнання; ствердження соціального статусу; по-друге, у *сімейних відносинах* – любов, взаєморозуміння, взаємодопомогу, взаємодовіру; по-третє, в *економічних відносинах* – договір, контракт, кредит, внесок, поруку, власність; по-четверте, у *педагогічних відносинах* – приріст нових знань, умінь і навичок, значущих для професійної соціалізації особистості; по-п'яте, у *службових відносинах* – визнання прав, повноважень і обов'язків; по-шосте, у *міжнаціональних відносинах* – взаємоповагу, договір, паритет, визнання статус-кво; по-сьоме, у *релігійних відносинах* – визнання конфесійних норм, звичаїв, традицій. *Продукт соціальних відносин* виступає носієм різного соціального потенціалу сучасного соціуму: трудового, політичного, економічного, культурного, педагогічного, міжнаціонального, сімейного, релігійного тощо. Причому кожному *типу соціальних відносин* відповідає шаблонний тип соціальної поведінки, спрямований на виконання певних прав і обов'язків, передбачених кожному конкретному статусу. Наприклад, від банкіра соціальне оточення очікує один тип соціальної поведінки, а від безробітного – зовсім інший. Таким чином, така соціальна поведінка, що відповідає очікуванням тих людей, які функціонально пов'язані із цим статусом, називається соціальною роллю, а соціальні норми як визначені правила поведінки характеризують саме соціальну роль, а не соціальний статус [5; 9; 12; 15].

Розглядаючи сутність, зміст, особливості, а також типологічні виміри *соціальних відносин*, важливо повернутися до уточнення поглядів на цю проблему знаних соціологів-дослідників. Так, польсько-американський соціолог Ф. Знанецький вважав, що «соціологія як наука про соціальну організацію має вивчати правила поведінки, які стосуються активних взаємин як між окремими членами групи, так і між кожним її членом і всією групою загалом». «Ядром соціальної організації, – підкреслював вчений, – виступає соціальний інститут, а зміна суспільства трактується ним як взаємодія з навколишнім середовищем». Водночас він зазначав, що «суспільство змінюється, пристосовуючись до середовища, а людина – адаптуючись до суспільства». У межах своєї концепції Ф. Знанецький інтерпретує *соціальні відносини* як визначену стійку систему, яка охоплює двох партнерів (будь-то індивіди, групи, спільності чи суспільства) і сполучну ланку (предмет, інтерес, установку, цінність), котрі стають «платформою» соціального об'єднання людей.

Цей зв'язок, згідно з позицією Ф. Знанецького, «може базуватися, наприклад, на обов'язках батьків забезпечити соціалізацію дитини, тобто її освіти (навчання і виховання), приучення до виконання визначеного роду обов'язків щодо старших, до братів і сестер або до суспільства загалом». Отже, *соціальні відносини*, на думку Ф. Знанецького, – це система унормованих взаємодій між двома і більше партнерами на основі визначеної платформи (тобто спільного інтересу). «За цим поняттям, – підкреслював вчений, – завжди приховується мета (ціль), якої бажають люди, що об'єдналися для її досягнення». Водночас соціальні інститути примусу (суд, в'язниця тощо), на думку вченого, створюються у суспільстві для підтримання суспільного порядку, а також для покарання тих, хто не бажає підкорятись моральним і правовим нормам або зазіхає на суспільні цінності (духовні чи матеріальні). У такому трактуванні поняття *«соціальні відносини»* використовується Ф. Знанецьким для позначення головним чином сталості функціонування соціальних систем, у яких завдяки обмеженню недопустимих норм спілкування встановлюються чіткі обов'язки для індивідів як членів певної соціальної системи, групи, спільноти, інституції чи суспільства загалом [4, с. 33–40].

Необхідно відзначити, що наявність загальної платформи у соціальних відносинах фіксується також і у концепції соціальної дії М. Вебера, котрий визначає *соціальні відносини* як поведінку декількох людей, яка співвіднесена за своїм змістом та орієнтується на нього. Отже, *соціальні відносини* згідно з М. Вебером припускають, що соціальна поведінка індивідів матиме доступний осмисленому спостереженню та визначенню характер. На це орієтовані й соціальні інститути. Якщо ми говоримо, що соціальний інститут сім'ї повинен займатися відтворенням населення (як фізичним – народженням дітей, так і соціальним – вихованням), то відповідно можемо спостерігати й певний характер поведінки членів сімейної групи, наприклад, методи впливу на дітей або способи планування сім'ї. Поряд із соціальним аспектом ця обставина має велике методологічне значення у розробленні емпіричних показників для соціологічних досліджень проблеми соціальних інститутів, оскільки сприяє конкретизації доступних спостереженню форм соціальної поведінки, а також діагностиці типології соціальних відносин. Положення про можливість спостереження й оцінювання соціальних відносин, запропоноване М. Вебером, має значення емпіричного референта (показника) і для індивідів як учасників цих відносин, оскільки дозволяє їм прогнозувати не тільки свою власну поведінку, але й поведінку інших осіб. Ця обставина вносить визначену упорядкованість у структуру різних суспільних відносин, оскільки дозволяє кожній людині визначати, у яких межах і який саме тип соціальної поведінки заохочується чи засуджується у тому чи іншому суспільстві [1, с. 631–633].

Звідси випливає висновок про те, що *соціальна поведінка* людини у суспільстві має визначений інституціональний характер, тобто вона регулюється відповідними нормами, виконання котрих підтримується за допомогою відповідних санкцій, адже саме соціальні норми забезпечують упорядкування та регулярність соціальних відносин у суспільстві. Що стосується неформальної соціальної поведінки людей, то тут у вигляді соціальних норм виступають традиції, звички і звичаї, що не завжди збігаються із панівною у суспільстві офіційною системою соціально-нормативного регулювання. Наприклад, у колишніх радянських республіках Середньої Азії існував калім (викуп) за наречену, що ніяким чином не вписувалося в офіційну доктрину тогочасних інституціональних відносин. Інституціональне регулювання, таким чином, охоплює певну дуже важливу частину соціальних відносин, забезпечуючи тим самим упорядковане функціонування суспільної системи.

Поряд із цим аналіз показує, що *соціальні відносини* можуть бути як короточасними, так і тривалими. В останньому випадку вони ґрунтуються на повторюваності соціальної поведінки, що відповідає змісту соціальних відносин. Ця обставина також може виступати основою соціальної діагностики існування визначеного роду соціальних відносин. Для підтвердження цього положення скористаємося прикладом, наведеним М. Вебером, котрий, зокрема, писав: «Твердження, що «дружба» чи «держава» існують, означає тільки одне: ми як спостерігачі припускаємо наявність у сьогоденні чи у минулому можливості, яка полягає у тому, що на підставі визначеного виду установок окремих людей їхня поведінка здійснюється в рамках усередненого та передбачуваного змісту... «держава», наприклад, перестає «існувати» у соціологічному сенсі, якщо тільки зникає можливість функціонування визначених типів осмислено орієнтованої соціальної дії. Така можливість може бути великою чи мінімальною, однак тільки у цьому змісті, а також тією мірою, якою вона дійсно (наближено) існувала чи існує, існувало чи існує і це соціальне відношення» [1, с. 632].

Таким чином, якщо партнери соціальних відносин вкладають у свою поведінку різний зміст, то такі соціальні відносини є об'єктивно *однобічними* для кожного із членів соціального утворення, але навіть у цьому випадку їхня поведінка співвіднесена зі змістом, тому що кожний партнер припускає (іноді помилково), що визначена установка стосовно нього властива й іншому соціальному суб'єкту, який, виходячи з такого очікування, орієнтує свою власну поведінку. Така проблемна ситуація може мати серйозні наслідки як для партнерів, так і для соціальних відносин. Уявимо собі, що ви орієнтуєтесь на певну людину як на свого найкращого друга і відповідно плануєте свою поведінку, тоді як ваш партнер вважає вас лише знайомим або потрібним тільки для реалізації своєї власної мети.

Це вказує на той факт, що *соціальні відносини* можуть не тільки істотно змінюватись у зв'язку зі зміною ціннісних орієнтацій

та установок партнерів на характер відносин, але й припинятися чи розпадатися через невиконання однією зі сторін прийнятих у суспільстві норм соціальної взаємодії. Звідси фактично виникає складність вивчення соціальних відносин усередині соціальних груп, спільнот або соціуму загалом, однак, досліджуючи *соціальні відносини*, не слід орієнтуватися тільки на ту соціальну поведінку, норми котрої були прийняті під час укладання договору чи угоди між партнерами по взаємодії, адже люди – не технічні системи, а тому стабільність їхньої поведінки завжди є відносною. Останнє пов'язане не тільки з віковими особливостями людей, зміною їхніх ціннісних орієнтацій, але й із конкретною соціальною ситуацією, у якій вони опинилися. Отже, в перебігу функціонування *соціальних відносин* можуть виникати нові, зовсім нехарактерні типи соціальної поведінки, які не завжди свідчать про розпад інституціональних зв'язків. Натомість існує ще одна специфічна особливість соціальних систем, а отже, і соціальних відносин. На відміну від технічних систем, соціальні системи можуть зберігати свою цілісність, перебуваючи навіть у стані глибокого внутрішнього конфлікту, оскільки острах розпаду останніх може спонукати індивідів як до самознищення, так і до самозбереження. Однак, якщо *соціальні відносини* існують тривалий час, то партнери можуть сформулювати для себе певні максими усередненого типу соціальної поведінки, що створює передумови для ефективної взаємодії. Такі максими можуть бути представлені, наприклад, у формі соціальних показників, зафіксованих у соціологічних дослідженнях рольової поведінки людей. Водночас соціальні практики повсякденної життєдіяльності людей, які реалізуються завдяки їхнім *соціальним відносинам*, становлять вирішальний сенс усього суспільного буття індивідів, соціальних груп, спільнот і суспільства загалом. Тому соціологічна категорія соціальних відносин дозволяє не тільки глибше зрозуміти картину соціального життя індивідів, соціальних груп і суспільства, але й відстежити системну динаміку функціонування й розвитку суспільних утворень у перебігу їхнього дрейфу до інформаційної цивілізації.

Висновки і пропозиції.

1. Соціологічні категорії «соціальна дія», «соціальна взаємодія» та «соціальні відносини» не тільки займають особливе місце в понятійно-категоріальному апараті соціологічної науки, але пояснюють механізми становлення, функціонування, змін і розвитку людського суспільства. Соціальна дія, за М. Вебером, – це будь-яка дія людини, що орієнтована на мотиви поведінки інших людей. Усяка дія, щоб називатися соціальною, має володіти принаймні двома обов'язковими рисами: по-перше, свідомою мотивацією й орієнтацією на інших людей. Кожна соціальна дія має визначену структуру, до сукупності елементів якої входять: діюча особа, соціальна ситуація і певні умови, що включають у себе ціль дії та нормативні розпорядження.

2. Усе розмаїття соціальних дій американський соціолог Т. Парсонс групує за чотирма рівнями: 1) суб'єкт дії; 2) особистість у виді потреб-установок; 3) соціальна система у формі рольових очікувань; 4) культурна система у формі нормативних зразків системи дії, тобто сукупності різних рівнів соціальної реальності, функціонування котрої спрямоване на реалізацію таких основних завдань, як підтримання ціннісного зразка соціальної системи, інтеграція соціальної системи, досягнення цілісності соціальної системи, адаптація соціальної системи до зовнішнього середовища.

3. Під соціальною взаємодією розуміється зазвичай форма соціальної комунікації чи спілкування, що є системою соціальних дій щонайменше двох осіб чи соціальних груп (спільнот) або індивіда і соціальної групи. Механізм соціальної взаємодії, який відіграє особливу роль у життєдіяльності будь-якого суспільства, включає в себе такі компоненти: а) індивідів, що здійснюють ті або інші дії; б) зміни у зовнішньому середовищі (світі), викликані цими діями; в) вплив цих змін на інших індивідів; г) зворотною реакцію індивідів, на яких було вчинено певний вплив. У соціології існує ціла низка теорій соціальної взаємодії, першою із яких є теорія соціального обміну американського соціолога Дж. Хоманса, побудована за такими принципами: 1) чим більше винагороджується визначений тип соціальної взаємодії, тим частіше він буде повторюватися; 2) якщо винагорода за визначені типи соціальної взаємодії залежить від якихось умов, то індивід (чи спільність) прагне відтворити ці умови; 3) якщо винагорода велика, то людина (спільність) готова витратити більше зусиль заради її одержання; 4) коли потреби людини близькі до насичення, то вона у меншому ступені готова до взаємодій заради їхнього задоволення.

4. Взаємодія індивідів, соціальних груп і спільнот у кожному суспільстві призводить до встановлення соціальних відносин, під якими розуміються відносно стійкі зв'язки між людьми (внаслідок чого вони інституалізуються у соціальні утворення) і соціальними групами як постійними носіями різних видів соціальної діяльності, що розрізняються між собою за соціальними статусами (положенням) і соціальними ролями (функціями) у суспільних структурах. Соціальні відносини є специфічним і відносно самостійним різновидом системи суспільних відносин (економічних, політичних, правових, моральних тощо), що відображає діяльність соціальних суб'єктів із приводу їх неоднакового, різного соціального положення у суспільстві, а також тієї неоднакової ролі, яку вони відіграють у перебігу суспільного життя.

5. Соціальні відносини згідно із Ф. Знанецьким є стійкою системою, яка охоплює двох партнерів (будь-то індивіди, групи, спільноти чи суспільства) і сполучну ланку (предмет, інтерес, установку, цінність), що постають «платформою» соціального об'єднання людей. Іншими словами, соціальні відносини є системою унормованих взаємодій між двома (і більше) партнерами на основі визначеної

платформи (тобто спільного інтересу). Соціальні відносини не є незмінними, вони можуть змінюватися у зв'язку зі зміною ціннісних орієнтацій партнерів, їхніх установок стосовно характеру таких відносин або ж розпадатися через невиконання однією зі сторін прийнятих норм (або правил) взаємодії, а також взятих на себе зобов'язань тощо.

Список використаної літератури

1. Вебер М. Избранные произведения. Москва : Прогресс, 1990. 804 с.
2. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / пер. с фр. Москва : Канон, 1995. 352 с.
3. Зиммель Г. Экскурс по проблеме: как возможно общество? *Вопросы социологии*. 1993. № 3. С. 5–15.
4. Знанецкий Ф. Исходные данные социологии. *Американская социологическая мысль* : Тексты. Москва : Изд-во МГУ, 1994. С. 33–40.
5. Лукашевич М.П. Социология. Основы загальної, спеціальних і галузевих теорій : підручник. Київ : Каравела, 2014. 544 с.
6. Марс К. Сочинения. Т. 20. Москва : Изд-во политической литературы, 1962. 671 с.
7. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория действия: Культура, личность и место социальных систем. *Американская социологическая мысль* : Тексты. Москва : Изд-во МГУ, 1994. С. 246–456.
8. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г.В. Осипова. Москва : НОРМА-ИНФРА-М, 1999. 672 с.
9. Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии: Статьи разных лет. Москва : Наука, 1994. 560 с.
10. Социологический справочник / под общ. ред. В.И. Воловича. Киев : Политиздат Украины, 1990. 382 с.
11. Социология. Основы общей теории : учебник / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. Москва : НОРМА-ИНФРА-М, 2002. 912 с.
12. Тощенко Ж.Т. Социология жизни : монография. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 399 с.
13. Туленков М.В. Теорія систем і системний аналіз у соціології : підручник. Київ : Каравела, 2020. 596 с.
14. Хоманс Дж. Социальное поведение как обмен. Современная зарубежная социальная психология. Москва : Наука, 1984. С. 82–91.
15. Щепанский Я. Элементарные понятия социологии. Москва : Прогресс, 1969. 238 с.

Tylenkov M. V., Zoska Ya. V., Pustovyi O. O. Social relations as a decisive factor life activities and reproduction of modern society

Social relations are interpreted as various social relationships between people (individuals, their groups and communities) in the process of their social interaction, due to the social status of people and their social functions in a particular society.

It is determined that social relations arise in the following forms: first, as the relationship of man with society, or society with man; second, between individuals as members of society; third, between elements, components and subsystems within the social system; fourth, between different associations, organizations, societies, etc.; fifth, between individuals as representatives of different social groups, communities, classes and social institutions, as well as between individuals and each of these structures and within each of them. It was found that the differences between social relations, as the analysis showed, are primarily the interests, motives and needs of individuals and social groups, the main of which are the primary and secondary needs (including power and respect) of each person. Incidentally, special attention is paid by researchers primarily to interpersonal relationships, which are characterized by direct direct contacts of social actors.

The socially significant product of these relations can include: first, in social relations – a healthy socio-psychological climate; public recognition; assertion of social status; secondly, in family relations – love, mutual understanding, mutual assistance, mutual trust; thirdly, in economic relations – the contract, the contract, the credit, the contribution, the guarantee, property; fourth, in pedagogical relations – the growth of new knowledge, skills and abilities relevant to the professional socialization of the individual; fifth, in official relations – recognition of rights, powers and responsibilities; sixth, in interethnic relations – mutual respect, agreement, parity; recognition of the status quo; seventh, in religious relations – the recognition of confessional norms, customs, traditions.

It is determined that social relations can not only change significantly due to changes in the values and attitudes of partners on the nature of these relations, but also terminate or disintegrate due to non-compliance by one of the parties to the norms of social interaction.

Key words: social relations, society, social relations, social behavior.

АВТОБІОГРАФІЯ

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2021.91.8>

С. Л. КАТАЄВ

доктор соціологічних наук, професор,
завідувач кафедри соціології та соціальної роботи,
Класичний приватний університет

50 РОКІВ У СОЦІОЛОГІЇ: ФРАГМЕНТИ ТВОРЧОЇ АВТОБІОГРАФІЇ

Цього року мені виповнюється 75 років, 50 років моєї професійної діяльності як соціолога, 20 із яких працюю у Класичному приватному університеті завідувачем кафедри соціології та соціальної роботи. Тобто декілька ювілеїв одразу, тож це є нагодою для деяких підсумків.

За ці роки видав монографію (ще три – у співавторстві), декілька навчальних посібників, близько сотні статей з різної проблематики. Був науковим керівником близько двох десятків кандидатських і науковим консультантом декількох докторських дисертацій.

Творча біографія відповідає на питання, як я прийшов у соціологію (довгий час не було у вишах підготовки до соціологічної професії, та й навчального предмета такого не було), про вчителів, які відкрили шлях у соціологію, про основні ідеї та проблематику досліджень. Ці замітки не є послідовним викладенням подій, а є радше фіксацією спливаючих у пам'яті окремих фрагментів життєвого шляху, розташованих відповідно до внутрішньої логіки асоціацій. У певному сенсі автобіографія відображає не тільки моє життя, а й особливості часу, у якому я жив.

Почну з навчання у виші, що було до того – це окрема історія. У Москві, в педінституті, де я навчався на історичному факультеті, був чудовий склад викладачів. Вони прищеплювали прагнення відчутти у кожній епосі «дух часу» за допомогою вивчення історії виключно з опорою на документи свого часу. Видатний медієвіст Михайло Барг ходив по аудиторії з напівзакритими очима і без кінця цитував середньовічні документи. Це було вражаюче і захоплююче. Таким же був і викладач з історії Росії XVII століття.

Розуміння духу часу не виражалася словами, воно розумілося внутрішньо, на рівні почуттів. Це комплекс їх чітко не диференційованих відчуттів, який формував ніби образ епохи як особистості зі своїм портретом, біографією, соціальними зв'язками.

Ще трохи про «дух» часу. Розумію, що цей термін старомодний, пафосний, зараз так не говорять, але це мова мого часу. Мої роздуми та творчі захоплення якраз і відповідають духу того часу, у якому я жив.

Піддавшись моді на парапсихологію на початку 60-х, я захопився цією паранаукою. Професор В. Петровський, котрий викладав у нас психологію (психологи його знають як автора кількох підручників і монографій), благодушно поставився до мого захоплення і навіть виділив свою лабораторію для моїх дослідів. Досліди виявилися невдалими, але, начитавшись у «Ленінці» (найбільшій російській бібліотеці) періодичних зарубіжних журналів з парапсихології, я написав статтю з цієї тематики і відправив її до журналу «Вопросы психологии». Незабаром я одержав листа, де заступник головного редактора Віктор Колбановський запропонував мені краще зайнятися справжньою справою, а не нісенітницею. Я послухався поради і більше парапсихологією не займався, вважаючи, що ця наука може принести більше шкоди, ніж користі. А далі казус. В аспірантурі із соціології моїм науковим керівником був Варлен Вікторович Колбановський, син того Колбановського, який мені лист писав. Ось так Колбановські вплинули на фрагменти моєї долі.

Опановувати «дух часу» також стимулювало мене читання Освальда Шпенглера. «Занепад Європи» я із захопленням прочитав ще на першому курсі. Вразили його ідеї пра-символів, які визначають весь комплекс духовного вираження епохи: математики, музики, живопису, форми арки та ін.

Прагнення досягнути «дух часу» мотивувало мене відвідувати багато років «Міжнародні московські кінофестивали» та переглядати за два тижні майже 100 фільмів зі всього світу: по 6–8 фільмів на день! Світ кіно занурював мене в сомнамбулічній транс, де я і осягав дух часу.

Читання самовидавної літератури, яку в Москві було неважко дістати, відкривало для мене іншу історію і культуру країни.

Для себе я сформулював концепт «паралельної культури», яка тасмно існувала поряд із державною. Це рок-пісня й авторська пісня, живопис на Великій Грузинській вулиці (там була розташована профспілка художників), самвидав, аматорський новаторський театр та ін. Ця культура слугувала духовним хлібом для багатьох, таких як я, покоління шестидесятників. Держава не допомагала, але й особливо не заважала існувати паралельній культурі.

Рухомий прагненням досягнути «дух часу», я поринув у світ вітчизняної рок-музики, точніше рок-пісні. Я записав тексти більше сотні пісень із альбомів найпопулярніших рок-груп.

Аналіз змісту й інтонацій вітчизняних рок-пісень дав мені багато для розуміння часу. Результати цих досліджень пізніше увійшли до розділу моєї докторської дисертації та монографії щодо соціокультурних трансформацій. Я публікував ці результати також у виданнях Московського інституту культурології, де дуже цікавилися субкультурами.

Співробітник інституту познайомив мене з видавцем самовидавного журналу з рок-руху С. Смірновим. Він допомагав мені потрапити на рок-фестивалі та концерти у Москві та Ленінграді. Так я переглянув і прослухав «наживо» майже всі найбільш популярні тогочасні групи.

«Дух часу» за однією музикою осягнути неможливо. Паралельно я прагнув вивчати суспільство, займаючись соціологією.

Моїм першим науковим консультантом за докторською дисертацією, яку я збирався захищати у Московському інституті культурології, була заступниця директора з науки Ельна Олександрівна Орлова, автор книг і підручників із соціальної та культурної антропології. Згадую її, тому що вона здійснила на мене величезний вплив. Від її знань і від того, як вони викладалися, я був просто у захваті. Воістину, мені пощастило з учителями, спочатку в педінституті, а потім і в Інститутах соціології та культурології.

У 1969 р після закінчення історичного факультету Московського державного педагогічного інституту ім. В.І. Леніна я повернувся у Запоріжжя і, не знайшовши місце вчителя історії, вступив до Інституту трансформаторобудування на відділ НОТ (наукової організації праці) на посаду інженера-соціолога. Пропрацював тут один, але дуже насичений рік, який визначив моє подальше професійне життя і тематику кандидатської дисертації. Відділу було доручено скласти модний тоді документ «План соціального розвитку заводу». Для складання плану соціального розвитку я проводив соціологічні дослідження на заводі «Запоріжтрансформатор».

Відтоді, тобто більше 50 років тому, і почалася моя професійна діяльність як соціолога.

Доти соціологією я не займався, тому засів за книги. Основною моєю підмогою була «Робоча книга соціолога», відмінний методичний посібник із методики соціологічних досліджень і обробки результатів дослідження.

Маючи доступ до статистики галузі електротехнічної промисловості, я зацікавився проблемою впливу технічного прогресу на структуру робочих кадрів. Критерієм рівня прогресу служив показник енерговитрат на одного працівника (така статистика була по галузі). Показником соціальної структури (точніше соціально-професійної структури) були дані статистики про структуру робочих кадрів залежно від технічної озброєності. Ці дані були по всіх заводах галузі.

Озброївшись методикою кореляційного аналізу, яка докладно викладена у «Робочій книзі соціолога», я став обчислювати (вручну!) коефіцієнти кореляції та вивчати кореляційні відносини між витратами електроенергії на одного робітника, кількістю працівників із різною технічною озброєністю і розміром прибутку. Вийшли вражаючі результати, які я виклав у статті для журналу «Математичні методи в економіці та соціології», що виходив у Новосибірську. Стаття була опублікована. Це була моя перша стаття.

Моя друга стаття була надрукована у московському журналі «Соціологічні дослідження». Вона була прийнята до публікації та ретельно відредагована Г.С. Батигінім, пізніше одним із провідних російських соціологів, який тоді був заступником редактора цього журналу. Цікаво, що для публікації провінційного автора не треба було ні протекції, ні рекомендації. (На знак подяки й у пам'ять про цю подію у 2017 р я підготував матеріал про Г.С. Батигіна в українську соціологічну енциклопедію).

Стаття була присвячена відносинам між філією та головним заводом виробничого об'єднання, але не це зацікавило журнал, а та методика, яка була застосована. Я використовував методику семантичного диференціала Ч. Озгуда, докладно описану в «Робочій книзі соціолога». Застосування цієї методики дало відмінні результати, котрі переконливо показали особливості відносин між головним заводом і філіями (коротко кажучи, головний завод ставився до філій значно краще, ніж філії до головного заводу).

Із 1970 р по 1972 рр. працював інженером-соціологом НДС (науково-дослідного сектору) при кафедрі філософії Запорізького машинобудівного інституту. Кафедра виконувала господарські роботи на підприємствах міста. Тематика соціологічних досліджень була пов'язана із планами соціального розвитку. Дослідження проводилися на Запоріжсталі, Дніпроспецсталі та інших металургійних заводах.

У дослідну групу входив і Іван Іванович Тимошенко, у майбутньому власник і ректор Українсько-фінського (пізніше Європейського) університету у Києві. Ця колоритна особистість увійде в історію приватних вишів України, оскільки йому вдалося організувати цілу освітню імперію, яка об'єднувала десятки філій по всій Україні.

У 1972 р я вступив до очної аспірантури Інституту соціологічних досліджень у Москві та пробув там до 1975 р. У 1976 р захистив у Москві дисертацію й отримав ступінь кандидата філософських наук за спеціальністю «Прикладна соціологія». Тоді наукових ступенів окремо із соціології не було. Під час навчання брав участь у низці прикладних соціологічних досліджень, зокрема у вивченні впливу автоматизації праці на структуру робочих кадрів, яке проводилося на Волзькому автомобільному заводі у м. Тольятті. У мене залишилися хороші враження від методики дослідження і від роботи самого заводу. Тепер розумію, що індустріальний туризм, який зараз почав розвиватися, – дуже корисна і цікава справа. Під час досліджень я відвідував безліч заводів. Спостерігати технологічний процес було дуже захоплююче.

У соціологічній аспірантурі я відвідував семінари Б. Грушина (автора найкращої книги про громадську думку «Думки про світ і світ думок»). Їздив до Ленінграда у лабораторію В.А. Ядова, де ознайомився з десятком методів вивчення ціннісних орієнтацій. Із проблемами соціальної екології я ознайомився у ленінградській лабораторії одного з інститутів, якою керував чудовий соціолог О.І. Шкаратан.

По відмінні експрес-методики вивчення соціально-психологічного клімату я також спеціально їздив до Ленінграда. Окремі лекції в аспірантурі читав В. Шляпентох (пізніше відомий американський соціолог, радник президента). Він запам'ятався мені швидше як особистість: веселий, рудий, енергійний, багато жартував. Ще до аспірантури я читав його книгу «Соціологія для всіх».

В.А. Ядов та А.Г. Здравомислов (перші вітчизняні відомі соціологи, котрі пройшли підготовку в Америці та випустили за результатами соціологічних досліджень книгу «Человек и его работа») тоді працювали у Ленінграді та приїжджали до Москви з невеликими циклами лекцій. Після однієї з лекцій я попросив у А.Г. Здравомислова на кілька днів книгу Ч. Рейча «Зеленеющая Америка», яка справила на мене велике враження саме здатністю вловлювати дух часу за допомогою соціологічного спостереження.

Після аспірантури, у 1976 р. я вступив до Запорізької державної інженерної академії (тоді ЗІІ – Запорізького індустріального інституту), а зараз інженерного інституту Запорізького державного університету), де пропрацював 25 років, постійно займаючись соціологічними дослідженнями на найрізноманітнішу тематику. У 70–80-ті рр. завідувачем кафедри філософії (пізніше філософії та наукового комунізму) був Олександр Миколайович Семашко, соціолог, у колі інтересів якого була соціологія мистецтва. Пізніше він поїхав до Києва і з цієї тематики написав кілька книг і підручників, захистив докторську дисертацію.

При кафедрі була соціологічна лабораторія. Замовлень на соціологічні дослідження було так багато, що соціологічна лабораторія при кафедрі складалася із трьох штатних співробітників і двох викладачів кафедри. Штатним співробітником кафедри був талановитий вчений, кандидат історичних наук Володимир Ханін. Пізніше він виїхав на стажування до Англії, маючи відрядження від інженерної академії. Після стажування він не повернувся до Запоріжжя, а поїхав на запрошення в один із ізраїльських університетів, де працював професором політології та курував український напрямок. В Ізраїлі він став досить відомим політологом, радником одного з міністрів.

Соціологічна лабораторія ЗІІ отримувала замовлення і з інших міст. Так, ми їздили до Новосибірська для проведення соціологічних досліджень із проблеми соціальних аспектів переходу військових підприємств на цивільні. (Це було замовлення запорізького відділення структури Кургіняна, відомого російського режисера та політехнолога, з яким В. Ханін якимось чином був знайомий).

Бум соціологічних досліджень припадав на кінець 80-х. Популярність соціології у суспільстві була дуже високою.

Цікава деталь. Викладаючи «науковий комунізм» і соціологію в Університеті марксизму-ленінізму, я не був членом партії. На пропозицію вступити до партії я відмовлявся. Це не завадило мені отримати звання доцента по кафедрі філософії та наукового комунізму, тож членство у партії зовсім не було вирішальною умовою для кар'єри.

Після 1991 р., коли Україна здобула незалежність, замовлення на соціологічні дослідження припинилися.

У ЗП я викладав філософію і науковий комунізм. Цей факт потребує коментаря. «Науковий комунізм» у московському педінституті читав колишній дипломат, котрий багато років прожив у Франції. Він викладав цю дисципліну з опорою на європейське розуміння соціалізму: гуманістичного та демократичного. Фактично його курс був соціологією, теорією і практикою сучасного суспільства, з аналізом різних соціальних його аспектів і проблем. Ось чому я погодився в інженерній академії читати «науковий комунізм» і викладав його так, як викладач у педінституті. Коли «науковий комунізм» скасували і запровадили соціологію, мені фактично не треба було перебудовуватися, я читав практично те саме: соціальну структуру суспільства, проблеми сім'ї, відносини поколінь, ціннісні орієнтації, мотивацію до праці та ін. До речі, я зустрічав ще кілька разів викладачів, які викладали науковий комунізм як соціологію. Це були викладачі в Інститутах підвищення кваліфікації у Києві, Ростові-на-Дону і Свердловську.

В інженерній академії я також читав курс «Естетики». Я побудував його як історію мистецтва, переважно живопису. На кожній лекції я показував слайди та пояснював сутність того чи іншого напрямку в живописі від Епохи Відродження до сюрреалізму, Далі, Пікассо, Кандінського та інших художників. Живопис багато давав для розуміння «духу часу», і своїми міркуваннями я ділився зі студентами на лекціях з естетики.

Серед студентів були музиканти, котрі грали рок-музику. Вони склали кістяк запорізького рок-клубу, у створенні якого я брав активну участь, будучи заступником його голови. Проіснував клуб недовго. Було організовано всього два фестивалі, які особисто на мене справили величезне враження. Пам'ятаю, будучи членом журі, я запросив очолити журі відомого акордеоніста Яна Табачника. На подив, він дуже толерантно поставився до рок-музики й адекватно судив про неї.

У 1999 р. я захистив докторську дисертацію в Інституті соціології Академії наук України на тему: «Соціокультурна трансформація в сучасній Україні».

Фактично моя докторська дисертація складалася із двох великих частин, що представляють сферу моїх інтересів: соціології музики та проблематики соціальної структури, соціальних відносин. До речі, коли дисертація була готова, я був у скруті: як об'єднати ці дві частини і назвати всю роботу? Вихід зі становища підказав мені науковий консультант Ручка Анатолій Олександрович. Він запропонував прочитати його статтю про соціальну трансформацію суспільства. Так був знайдений потрібний концепт: «соціокультурна трансформація суспільства», який об'єднує найрізноманітнішу тематику моїх досліджень: модернізацію суспільства, ставлення поколінь, соціологію релігії, національні відносини, соціальну структуру і музику.

В аспірантурі я був прикріплений до відділу соціальної структури, тому придбав смак до цієї тематики. Тоді вивчення соціальної структури було «модним» напрямом досліджень. Однією із причин цієї моди було те, що директором Інституту соціологічних досліджень був фахівець із соціальної структури, і він всіляко стимулював цю тематику. У мене виробилося власне розуміння соціальної структури. Я розумію її як сукупність груп, відносини між якими визначають істотні соціальні проблеми. На підставі цієї тези запропонував ситуативний підхід до соціальної структури. Суть його полягає у тому, що у кожній істотній соціальній ситуації або проблеми відбувається флуктуація соціальної структури: виділяються і конституюються соціальні групи, значимі у вирішенні певної проблеми, у функціонуванні певної ситуації, у виникненні конфлікту. Таке розуміння вело до виділення соціокультурних груп. Соціокультурна трансформація супроводжується зміною конфігурації соціальної структури.

Хоча «дух часу» не виражається вербально, все ж хочеться підібрати якісь слова. Мені здається, що для тих років дух часу може бути виражений словом «пошук». Всі, у всьому і різними методами шукали нові смисли, ідеї, сфери реальності. Несамовитий пошук нового охоплював всі сфери життя, види мистецтва та діяльності.

Не можу погодитися з думкою В. Шляпентоха, що перебудова була верхівковим проектом, а народ зовсім не відчував потреби в ній.

Функціонування потужної паралельної культури, носієм якої була значна частина суспільства і яка несла в собі заряд пошуку нового, прагнення до змін, було тоді одним із вагомих факторів істотних соціальних трансформацій. Паралельна культура була частиною паралельної, не комуністичної ідеології, якої дотримувалися багато людей або, принаймні, скептично сприймали ідеї комунізму.

За своє соціологічне життя я проводив за своєю ініціативою безліч теоретичних і емпіричних досліджень за різною тематикою. Мене цікавило все, що відбувалося у суспільстві. Наведу кілька прикладів.

Так, цикл статей було присвячено особливостям сучасного українського суспільства. Воно розглядалося як суспільство-сателіт, прикріплене до більш розвинених суспільств; як вірусне; як комбіноване (традиційне, модерне і постмодерне); як суспільство, котрому властивий традиціоналістський відступ; як суспільство, якому властива віртуальна політика; як суспільство, де підробка поширена як соціокультурне явище та ін. Свої уявлення про українське суспільство я виклав також у навчальному посібнику «Сучасне українське суспільство».

Був період, коли мене цікавив постмодернізм у соціології. Опублікував із цієї теми кілька статей, наприклад, «Свято методології: постмодерністські гри в нові смисли», «Соціологія як естетика», «Десять парадоксів соціальної трансформації», «Риси суспільства другого модерну» та ін.

Останнім часом були опубліковані статті про війну на Донбасі: «Поєднання світ-системного аналізу та цивілізаційного підходу щодо військового конфлікту в Україні», «Морально-психологічні аспекти війни на Донбасі», «Примушення до ідентичності як технологія гібридної війни», «Мем “бендеровець” як вірус ментальної епідемії на Донбасі» та ін.

У своєму дослідженні про ставлення людей до смертної кари я показав, що до 80% громадян виступають за збереження смертної кари. Аргументи противників страти для більшості опитаних значно слабші, ніж аргументи на користь страти. Проти смертної страти найпереконливіший аргумент – це «судові помилки у разі смертного вироку не можуть бути виправлені». Моральний аргумент, що «смертна кара нелюдська з погляду моральних і релігійних принципів» переконує тільки близько 30% опитаних. На користь смертної страти найсильнішим аргументом є той, що «кара служить захисту суспільства від найбільш небезпечних і невинуватих злочинців». Досить сильним аргументом є те, що «це більш дешевий для суспільства спосіб покарання за важкі злочини, ніж тривалий термін ув'язнення».

У невеликому дослідженні, присвяченому сприйняттю жіночої краси, я емпірично дійшов висновку про те, що ймовірність того, що жінка сприймається як розумна, вища, коли її вважають красивою. Це спростувало поширене переконання, що красива жінка зазвичай дурна.

Вивчаючи рок-пісні, виявив, що пісень про кохання було надзвичайно мало, основна частина пісень присвячена соціальній, сенсожиттєвій проблематиці. Найчастіше пісні були іронічними або трагічними, жорсткими, рефлексивними.

У національній проблематиці мене цікавили біетнори, люди зі змішаним національним походженням. Емпірично з'ясувалася цікава деталь. Біетнор, коли був змушений назвати свою національність, вибирав її за такою статистичною закономірністю. Відсоток вибору національності біетнором залежав від відсотка українців серед жителів міста. Так, на заході України, де частка українців становила 80%, із респондентів-біетнорів також 80% називали себе українцями. На сході, де відсоток українців становив 60%, із біетнорів також 60% називали себе українцями. Тоді для більшості респондентів моїх досліджень мова не була істотним фактором національної ідентифікації. Головними вважалися спільність історії, культури та місця народження.

У моїх дослідженнях релігійності молоді виявилось, що тоді приблизно у рівних частках по 30% респонденти вважали себе релігійними, нерелігійними та такими, що сумніваються. Цікавила мене також сакралізація повсякденного життя, чому я присвятив одну зі статей.

У статтях із соціології тіла розглядалася соціальність тіла у декількох аспектах: у соціально-філософському аспекті; як соціалізоване тіло; соціальність тіла як речі; як тексту; як одне із тіл в езотериці

поряд із фізичним, ментальним, кармічним; тіло як сакральний об'єкт і символ; тіло як еротичний і естетичний об'єкт.

Під час вивчення взаємовідносин поколінь виявилось, що почуття страху більше притаманне старшому поколінню, а прагнення до свободи – молодшому. У молодших занижена самооцінка. Вони вважають старше покоління кращим, ніж молодше.

Деякі ідеї «дарую» своїм учням для більш детального дослідження. Наприклад, схема інституційного підходу до розгляду такого важливого для людини морально-естетичного почуття, як любов. Основна її соціальна функція – формування спорідненості. Соціальні ролі – закохани. Основна поведінкова соціальна норма – турбота. У соціальних відносинах очікується нееквівалентний обмін. Організаційна складова частина – зустрічі, побачення, шлюб.

Сподіваюся, що моя творча біографія ще не завершена, і мене чекають нові творчі захоплення і нові проблеми, які мені цікаво буде осягати.

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

Збірник наукових праць

ВИПУСК 91

Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: Ю. В. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Підписано до друку 01.10.2021 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 4,76. Наклад 300. Замовлення № 1121/415.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
69002, м. Запоріжжя, вул. Олександрівська 84, оф. 414
Телефон +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.