



Міністерство освіти і науки України

**Соціологічна асоціація України. Молодіжний сектор
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна**

Соціологічний факультет

**Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів і
молодих вчених соціологічного факультету**

Львівський національний університет імені Івана Франка

Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Соціологія у (пост)сучасності

Збірник тез доповідей

**XIII Всеукраїнської наукової конференції
студентів та аспірантів (23-24 квітня 2015 р., м. Харків)**

Харків 2015

УДК 316.1
ББК С5

Рецензенти:

Михайльова К.Г., д.с.н., проф. (Харківський гуманітарний університет "Народна українська академія")

Лисня Н.М., д.с.н., проф. (Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця)

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради соціологічного факультету

Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна (протокол № 4 від 16.04.15).

Редакційна рада:

Мурадян О. С., к.с.н., доц., в.о. декана соціологічного факультету; Сокурянська Л. Г., д.с.н., проф., зав.кафедри соціології; Погарська Н. В., наук. спів., заступник декана соціологічного факультету; Черняк К.В., голова Наукового товариства студентів, аспірантів докторантів і молодих вчених соціологічного факультету.

Редакційна колегія:

Хижняк Л. М., д.с.н., проф.; Голіков О. С., к.с.н., доц.; Литовченко А.Д.; Калашнікова А.О.; Борисов Р.І.; Щербак І. С.; Черняк К.В.

Соціологія у (пост)сучасності. Збірник тез доповідей XIII Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів (м. Харків, 23-24 квітня 2015 р.). – Х. : ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2015. – 124 с.

У збірнику представлені, які актуалізують такі важливі проблеми сучасності як глобалізація, становлення інформаційного суспільства, взаємодія політичних та економічних інститутів, проблеми культурного життя; окреслено сучасний стан теорії та методології соціального пізнання та ін.

Збірник буде корисним студентам, науковцям, а також усім, хто цікавиться проблемами соціологічної теорії та емпіричних досліджень.

В сборнике представлены тезисы, которые актуализируют такие важные проблемы современности, как глобализация, становление информационного общества, взаимодействие политических и экономических институтов, проблемы культуры и искусства; очерчиваются современное состояние теории и методологии социального познания и т.д.

Сборник будет полезен для студентов, научных работников, а также для всех, кто интересуется проблемами социологической теории и эмпирических исследований.

The edition contains abstracts of the paper presentations. The topics deal with such crucial contemporary problems as globalization, informational society establishment, interaction between the political and economical institutes, problems in spheres of culture and art etc. The contemporary state of theory and methodology of sociological knowledge are outlined.

The edition will be useful for students, scientists and for everyone, who is interested in problems of sociological theory and empirical surveys.

Адреса редакційної колегії:

61022, Харків, майдан Свободи, 6, к. 308, соціологічний факультет Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Електронна адреса: socio.sno@gmail.com; vk.com/snosf

ISBN 978-966-285-209-7

©Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2015

ЗМІСТ

Передмова	7
Частина 1. Тези учасників конференції	
<i>Агамір'ян Любов</i>	
Типи творчої підліткової молоді Харківщини	8
<i>Авксентьев Антон</i>	
Эффект «стратегического голосования» на президентских выборах 2014 г. в Украине	11
<i>Адолина Лолита</i>	
Ресурсы формирования карьерных установок современного студенчества в условиях социально-экономического кризиса Украины .	13
<i>Акмурзин Андрей</i>	
Ролевая структура онлайн-сетевого сообщества	14
<i>Антонова Мария</i>	
Стиль жизни: для молодёжи или для всех?	16
<i>Архипенко Вероника</i>	
Любовь как социальный феномен	18
<i>Бойко Дмитрий, Цымбалюк Виталий</i>	
Символическое насилие: концептуализация и операционализация понятия	19
<i>Борисенко Елена</i>	
Социальные сети: современные инструменты социализации	21
<i>Борисов Роман</i>	
Професійна соціалізація: соціологічна концептуалізація феномену ..	23
<i>Бубняк Соломія</i>	
Вихованці інтернатних установ у сучасному світі: цінності, життєві плани, самореалізація	25
<i>Буценко Елена</i>	
Особенности политической социализации индивида в современном обществе	27
<i>Данько Юрій</i>	
Соціальні мережі: сучасна форма спілкування	29
<i>Демянив Юлия</i>	
Социологическое воображение и его роль в современном мире	31
<i>Екимова Мария</i>	
Влияние эйджизма на развитие современного университета	32

<i>Жердецькая Анастасія</i>	
Відношення мешканців мегаполісу до екологічним проблемам	34
<i>Запороженко Руслан</i>	
Застосовність моделі націоналізму А. Гелнера (на прикладі українського націоналізму)	36
<i>Каверіна Альона</i>	
Унікальні риси Інтернет-ЗМІ	38
<i>Калашинікова Аліна</i>	
Зрителі як паливатив музики: художник і соціальна середина його обитання	39
<i>Коломенська Аліна</i>	
Соціологічне знання на практиці: управління масами через PR-діяльність і рекламу	41
<i>Концелідзе Дар'я</i>	
Дискурс реформ в українській політиці: ступінь декларативності і маніпулятивності	43
<i>Кот Марина</i>	
Гендерна проблематика в соціології	45
<i>Купреєва Юлія</i>	
Метод аналізу соціальних мереж: перспективи для дослідження суспільних рухів	47
<i>Лабунська Катерина</i>	
Наркоманія – глобальна проблема сучасності	49
<i>Лісовенко Дар'я</i>	
Особливості екологічної свідомості населення України	50
<i>Литвин Олена</i>	
Стереотипізація ісламу як головна перешкода побудови міжрелігійних відносин	53
<i>Локоткова-Тернова Оля</i>	
Роль інтракомунікаційного менеджера в сучасній організації	57
<i>Мальцева Марія</i>	
Молодість і її свобода: реактуалізація спадщини Дж. С. Мілля	59
<i>Михайлова Анастасія</i>	
Кар'єрна стратегія у сучасному українському суспільстві: сутність та основні маркери реалізації	61
<i>Музичук Ніна</i>	
Професія як ціннісний орієнтир сучасної молоді	62

<i>Нехаенко Оксана</i>	
Мифологизация сознания современного человека	64
<i>Овчинников Микита</i>	
Мас-медіа: політичні стереотипи про Україну	66
<i>Паронікян Анжела</i>	
Вірменська діаспора в Україні: особливості самосвідомості	68
<i>Пейчева Христина</i>	
Суспільні досвіди «пострадянських людей» в сучасній Україні	70
<i>Петросян Вікторія</i>	
Техники лжи в обществе	71
<i>Плюснин Евгений</i>	
Tertium quid: новое публичное пространство постиндустриального города	73
<i>Поднос Варвара</i>	
Трансформації просторів українського міста: основні риси та прояви	75
<i>Прокопьева Анна</i>	
Новые религиозные движения в условиях кризиса: социологические аспекты потенциальных эффектов	78
<i>Свид Александра</i>	
Потеря деперсонализации как основная причина дисфункций социального института экономики	80
<i>Сокол Маргарита</i>	
Патріотизм студентської молоді як соціальне явище у контексті сучасних соціально-політичних реалій (на прикладі студентів ДНУ) ..	83
<i>Тарламазян Офелия</i>	
Проблемы социальной реабилитации заключённых в Украине	85
<i>Толбатова Марина</i>	
Социологическое знание в PR-деятельности и рекламе	88
<i>Трегуб Катерина</i>	
Мас-медіа як особливий простір інтеракції	89
<i>Усенков Михаил</i>	
Успешность государства как показатель выполнения политической элитой её функций	90
<i>Фарин Николай</i>	
Проблема выбора ценностных ориентиров современной молодёжи ..	92
<i>Черняк Ксения</i>	
Легализация однополых сексуальных отношений и трансформация института семьи	94

Шпак Сергей

Информационная война как социологическое понятие 97

Шпакова Валентина

Туристичні практики як прояв особливої форми повсякденної мобільності людини в сучасному суспільстві 99

Voronenko Anastasia

Cultural Determinants of the Problem Area of Cross-cultural Communication: Classification in the Postmodernity Context 101

Частина 2. Тези учасників конкурсу наукових робіт, присвяченому 10-й річниці кафедри політичної соціології Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

Дикань Богдан

Социологическая легитимация преступлений (на примере холокоста) 104

Ёлтышева Ольга

Роль профсоюзов в трансформационных процессах современной Украины 108

Иваненко Наталия,

Роль СМИ в конструировании политического имиджа государства ... 110

Капнинова Марина

Маркирование политического пространства: демократия на стенах города 113

Кушнир Юрий,

Характеристики социально-политического сознания как фактор эффективности манипуляции СМИ 115

Нехаенко Оксана,

Роль дискурса социальных сетей в формировании политического сознания 117

Отт Марина

Поликультурность в украинском обществе на примере ромской диаспоры 119

Черняк Ксения

Индивидуализация общества как фактор возникновения антидемократических режимов 122

П Е Р Е Д М О В А

ХІІІ Всеукраїнська конференція студентів та аспірантів «Соціологія в (пост)сучасності»

Харківська соціологічна школа, спадкоємець та продовжувач найкращих традицій слобожанської наукової думки, бере початок у ХІХ ст. Станом на початок ХХ ст. вона мала і традиції, і відомі імена теоретиків всесвітнього масштабу (М.М. Ковалевський, О.О. Богданов та ін.), і напрацювання в емпіричній царині (В.В. Святловський, Ф.Р. Дунаєвський). Сучасна Харківська соціологічна школа, що бере початок з 1960-х років, є одним з лідерів української соціології. Завдяки прикладу справжніх Вчених, Діячів, Людей формуються наступні покоління, здатні підтримувати могутні традиції та гідно репрезентувати наукову школу, вже у студентські роки організовуючи заходи та проводячи самостійні дослідження.

Проектом, що надає таку можливість, є Всеукраїнська студентська конференція, проведення якої є одним із пріоритетних напрямків діяльності та одним з предметів гордості Наукового товариства студентів і аспірантів соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Вперше конференція відбулася у 2002 р. Цей соціологічний молодіжний форум працює за десятками різних напрямків: від теоретико-методологічних проблем розвитку соціологічного знання до практики соціальної роботи, від соціології культури до політичної соціології; розглядаючи проблеми всіх рівнів – від глобалізації і постмодерну до самоідентифікації й особистості, – в рамках різноманітних методологічних підходів. Специфічною його рисою є надання можливостей для самовираження та пошуку молодими вченими свого місця під сонцем соціологічного знання.

Сучасна наука принципово неможлива без комунікації, без взаємозбагачення шляхом постійного обміну думками. Конференція, виконуючи цю функцію, не може остаточно вичерпати комунікативні потреби, і тому високі технології у вигляді e-mail socio.sno@gmail.com, сайту <http://snosf.at.ua/> та сторінки у соцімережі <http://vk.com/snosf> допоможуть ефективній співпраці молодих науковців.

Запрошуємо до співробітництва!

***Органітет вітає учасників ХІІІ Всеукраїнської наукової
конференції студентів та аспірантів
«Соціологія у (пост)сучасності»!***

**Творчі дозвілєві практики підлітків Харківщини:
кластерний аналіз**

Підліткова молодь є особливою соціально-демографічною спільнотою, котра перебуває в процесі переходу від дитинства до юності і знаходиться на важливому етапі сімейної та позасімейної соціалізації та адаптації. Підлітки, на відміну від інших соціокультурних спільнот, здійснюють два основні види практик: навчальну та дозвілєву. Саме в дозвілєвих практиках підліток може розкрити свої здібності, відкритися оточуючому середовищу, проявити себе. Наразі серед підліткової молоді пасивні види дозвілля домінують над активними, такими, як творчі дозвілєві практики, що надають змогу підліткам самореалізуватися, самоствердитися, відкрити творчий потенціал.

Причиною непопулярності таких практик є система ціннісних орієнтацій, яка виступає основним чинником вибору дозвілля. Отже, ми виходимо з гіпотези, що система цінностей школярів, для яких заняття творчими видами дозвілля є повсякденними, відрізняється від ціннісної системи всіх підлітків. Є певні відмінності і в самій групі творчої шкільної молоді, яка практикує творче дозвілля повсякденно.

Нами було виділено такі форми творчості: творчість як самоцінність, самоціль, і творчість як інструментальна цінність для досягнення певних благ. У зв'язку з цим в залежності від ставлення до занять творчою діяльністю можна умовно виділити дві групи підлітків. До першої групи належать творчі особистості, для яких акт творіння відбувається заради самого процесу творіння. Представники другої групи ставляться до творчої діяльності як до процесу, що приносить вигоду і не є кінцевою метою індивіда.

Керуючись основною гіпотезою про ціннісно обумовлений вибір дозвілєвих практик, ми провели кластерний аналіз з метою типізації підліткової молоді, для якої творче дозвілля є повсякденним (їх виявилось 52 % серед усіх підлітків), за ознакою ціннісних орієнтацій. У ході проведеного аналізу було виділено 4 кластери творчих підлітків (за результатами соціологічного дослідження проблем життєдіяльності шкільної молоді Харківщини, проведеного кафедрою соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в 2013 р.

За репрезентативною вибіркою у ході дослідження було опитано 1909 підлітків м. Харкова та Харківської області у віці 12-17 років. Науковий керівник проекту – проф. Л. Г. Сокурянська (табл. 1).

Таблиця 1. Кластерний аналіз цінностей творчих підлітків

	1 кластер (21%)		2 кластер (59%)		3 кластер (17%)		4 кластер (3%)	
1	Здоров'я	4,436	Здоров'я	4,8811	Сімейне благополуччя	4,9141	Здоров'я	3,44
2	Сімейне благополуччя	4,3697	Сімейне благополуччя	4,8700	Здоров'я	4,9063	Цікава робота	3,40
3	Цікава робота	4,1697	Освіта	4,6344	Освіта	4,8750	Особистий спокій	3,24
4	Матеріальне благополуччя	4,0970	Можливість розвитку	4,6322	Цікава робота	4,8594	Стосунки з оточуючими	3,20
5	Стосунки з оточуючими	4,0485	Взаєморозуміння з батьками	4,5903	Можливість розвитку	4,8516	Участь у суспільному житті	3,1600
6	Освіта	4,0121	Цікава робота	4,5683	Стосунки з оточуючими	4,8438	Матеріальне благополуччя	3,1200
7	Можливість розвитку	3,9636	Стосунки з оточуючими	4,4339	Взаєморозуміння з батьками	4,7969	Духовні цінності	3,0800
8	Взаєморозуміння з батьками	3,9030	Особиста свобода	4,2819	Особиста свобода	4,7578	Особиста свобода	3,0000
9	Повноцінний відпочинок	3,8727	Матеріальне благополуччя	4,2269	Особистий спокій	4,6484	Відпочинок	3,0000
10	Особиста свобода	3,8121	Відпочинок	4,1608	Високе становище	4,6406	Сімейне благополуччя	3,0000
11	Високе становище	3,7212	Користь суспільству	3,9890	Духовні цінності	4,6250	Взаєморозуміння з батьками	2,8400
12	Особистий спокій	3,5394	Особистий спокій	3,9405	Матеріальне благополуччя	4,6250	Користь суспільству	2,7600
13	Користь суспільству	3,3455	Високе становище	3,7996	Користь суспільству	4,5625	Можливість розвитку	2,6000
14	Духовні цінності	3,1333	Участь у суспільному житті	3,6982	Відпочинок	4,5313	Високе становище	2,6000
15	Участь у суспільному житті	3,0970	Духовні цінності	3,6344	Участь у суспільному житті	4,5234	Освіта	2,3200

Найбільш вагомими цінностями для підлітків, які повсякденно займаються творчим дозвіллям, є здоров'я та сімейне благополуччя. У перший кластер увійшов 21 % підлітків, для яких найбільш значущими після цінності здоров'я та сімейного благополуччя виявилися такі цінності: цікава, творча робота; матеріальне благополуччя; добрі стосунки з оточуючими; освіта; можливість розвитку своїх талантів; взаєморозуміння з батьками; повноцінний відпочинок; особиста свобода. Перший кластер умовно позначений як *цілераціональні матеріалісти* (базисний тип) через орієнтованість у першу чергу на роботу та матеріальне благополуччя.

Другий кластер склали 59 % школярів, для яких найважливішими є такі цінності: освіта; можливість розвитку своїх талантів; взаєморозуміння з батьками; цікава, творча робота; добрі стосунки з оточуючими; особиста свобода; матеріальне благополуччя; повноцінний відпочинок. В обох кластерах найменш значущими виявилися залучення до цінностей духовної культури та участь у суспільному житті. Другому, найбільшому за кількістю, кластеру умовно дано назву *ціннісно-раціональні матеріалісти* (модальний тип).

Третій кластер було сформовано 17 % шкільної молоді, яка найбільшим чином орієнтована на цінності освіти; цікавої, творчої роботи; можливість розвитку, реалізації своїх здібностей; добрі стосунки з оточуючими; взаєморозуміння з батьками; особисту свободу; особистий спокій. Серед найменш актуальних цінностей для цієї молоді виявилися повноцінний відпочинок та участь у суспільному житті. Третій кластер ми умовно позначили *ціннісно-раціональні ідеалісти* (ідеальний тип).

Четвертий кластер виявився найменшим за кількістю підлітків, які увійшли до нього (3 %). Даний кластер цікавий тим, що, на відміну від інших кластерів, у ньому серед найбільш важливих цінностей не було виділено сімейного благополуччя. Для цих підлітків найбільш значущими, окрім здоров'я, є наступні цінності: цікава, творча робота; особистий спокій; добрі стосунки з оточуючими; участь у суспільному житті; матеріальне благополуччя; залучення до цінностей духовної культури; особиста свобода; повноцінний відпочинок; сімейне благополуччя. Найменш вагомими цінностями для представників четвертого кластеру є високе становище у суспільстві та освіта. Представників даного кластеру ми умовно назвали *маргінально-афективні матеріалісти* (винятковий тип).

Отже, серед молоді, орієнтованої на проведення творчого дозвілля, є типи підлітків, що орієнтовані переважно на цінність матеріального благополуччя. Визначено цінності, які є спільними для всіх типів творчих підлітків а саме: цікава творча робота, добрі стосунки з оточуючими, особиста свобода. Підлітки, орієнтовані на заняття творчими дозвіллевыми практиками, схожі між собою за ціннісними орієнтаціями, проте в них є і відмінності.

Эффект «стратегического голосования» на президентских выборах 2014 г. в Украине

В современной западной политической науке активно разрабатывается концепт «стратегического голосования», объясняющий особенности электорального поведения части избирателей. Одним из первых категорию «стратегического» (или «полезного») голосования проанализировал американский политолог Г. Кокс, сфокусировавший внимание на том, что часть избирателей в итоге отдает предпочтение своему второму или даже «третьему выбору», если считает его победу более вероятной [1].

В рамках современной политической науки принято различать два вида электорального поведения избирателей – «искреннее голосование» и «стратегическое голосование». В первом случае избиратели голосуют в полном соответствии со своим линейным порядком предпочтений относительно имеющихся альтернатив, а во втором – намеренно искажают его, голосуя не за своего фаворита, а за наиболее приемлемую альтернативу из числа реальных претендентов на победу, чтобы не тратить свой голос на заведомо проигрышного кандидата. Есть и другие случаи «стратегического голосования», встречающиеся при использовании пропорциональной избирательной системы на партийных (местных, парламентских) выборах. Часто избиратели отказываются голосовать за свой «первый выбор», если уверены в его преодолении барьера, и отдают голос за какую-то близкую, но менее популярную силу, потенциального партнера по коалиции, которая балансирует на грани прохождения. Таким образом, общий мотив избирателей, голосующих стратегически – максимизировать полезность своего голоса, не отдавая его за заведомо проигрышную альтернативу или, наоборот, – за априори побеждающего и не нуждающегося в дополнительной поддержке кандидата.

Тезис Г. Кокса можно проиллюстрировать таким примером. Пусть у избирателя X есть линейный порядок предпочтений ($A=0,5$, $B=0,4$, $C=0,1$ $D=0$). Согласно традиционной схеме выбора избиратель должен предпочесть альтернативу A, т. к. $A > B > C > D$. В свою очередь модель стратегического голосования подразумевает добавление еще одной оценивающей переменной – «коэффициента рационального ожидания». Например, избиратель увидел последние данные социологического опроса ($A=10\%$, $B=40\%$, $C=10\%$, $D=40\%$). В таком случае конечный выбор альтернативы происходит путем сравнения произведений: ($A = 0,5 * 0,1$) ($B = 0,4 * 0,4$) ($C = 0,1 * 0,1$) ($D = 0 * 0,4$). В итоге наиболее предпочтительной становится альтернатива B, а не A

($0,16 > 0,1$), и избиратель в конечном счете отдаст голос за В. Разумеется, избиратели не проводят подобных вычислений, но определенная электоральная группа интуитивно руководствуется подобным стратегическим расчетом.

Канадский политолог А.Блэс провел ряд экспериментов, доказавших связь доли избирателей, голосующих стратегически с выбором электоральной формулы. При мажоритарных системах, функционирующих де-факто по принципу «победитель один и он получает всё», доля избирателей, сознательно отдающих голос не за свой «первый выбор», максимальна (18-20 %) [2]. Учитывая эту склонность большинства людей выбирать даже менее предпочтительные альтернативы, если их шансы на победу существенно выше, мы проанализируем президентские выборы 2014 г. в Украине.

Гипотеза состоит в том, что одним из основных факторов убедительной победы П. Порошенко стала мотивационная стратегия «полезного голосования» большинства украинских избирателей. С помощью регулярного опубликования результатов социологических исследований до избирателей доносились ключевые сообщения, влияющие на мотивационную стратегию голосующих (это был классический пример «молчаливой кампании», в которой кандидат старался делать как можно меньше высказываний, способных вызвать негативную реакцию какой-либо электоральной группы; постоянное опубликование результатов соцопросов было едва ли не основным элементом этой «молчаливой кампании»).

Декабрь 2013 – Январь 2014. После событий 1 декабря кандидата и его партию начинают включать в анкеты, избирателям предлагают тезис: «У кандидата наблюдается наибольшая положительная динамика – он конкурентоспособен, перспективен и имеет шансы на победу, а, значит, за него можно голосовать». Март 2014. «Кандидат является одним из двух реальных претендентов на победу, он – единственная альтернатива Ю. Тимошенко». Апрель 2014 – Май 2014. У кандидата нет конкурентоспособных оппонентов, его единственным «соперником» является «второй тур», проводить который опасно, обременительно для бюджета и бессмысленно. Победа П. Порошенко – лишь вопрос времени, за него нужно проголосовать уже сейчас, чтобы не проводился «второй тур».

Таким образом, можно предположить, что рост рейтинга П. Порошенко во многом обуславливался регулярно публикуемой информацией о постоянном увеличении его поддержки. На первом этапе избирателей убедили в конкурентоспособности кандидата, на втором этапе поддержка росла, в т. ч. за счет высокого антирейтинга Ю.Тимошенко, на заключительном этапе кампании была успешно реализована технология «выборов в 1 тур», а П. Порошенко позиционировался уже как безальтернативный победитель, что существенно демотивировало сторонников кандидатов «второго эшелона» (в первую очередь ориентированных на юго-восточный

электорат С.Тигипко и М.Добкина, а также выдвиженцев из «национально-демократического лагеря» А.Гриценко, О.Ляшко, Д.Яроша, О.Тягнибока и др.).

Литература: 1. Cox, Gary W. Making vote Count: Strategic Coordination in the World's electoral Systems. – Cambridge University Press, 1997. – 360 p. 2. Blais, André, Jean-François Laslier, Annie Laurent, Nicolas Sauger, and Karine van der Straeten One-round vs Two-round Elections: An Experimental Study. – French Politics, 2007. – P. 278-286.

Адолина Лолита

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Ресурсы формирования карьерных установок современного студенчества в условиях социально-экономического кризиса Украины

Современное студенчество является носителем особых общественных и культурных ценностей. Студенты – основа будущей профессиональной жизни общества. Информация, знания, мировоззренческие ориентиры, трудовые навыки и умения – все, что вкладывается обществом в развитие современного студенчества, – в будущем непосредственно отразится на его профессиональной деятельности, в развитии карьерных стратегий.

Карьера – это сложное явление, включающее в себя спланированный вектор формирования профессиональных навыков на будущее, личностного развития и реализации собственного потенциала. Исходя из такого понимания карьеры, необходимо совершенствовать социальную среду, в которой развивается будущий специалист. При этом важно учитывать, что истоки формирования карьерных установок находятся в семье, а также в индивидуальной склонности личности к получению знаний. Это происходит в контексте попыток разрешения проблем, которые связаны со сложившейся социальной ситуацией в современной Украине.

В условиях острого социально-экономического и политического кризиса у современного студенчества появляется несколько вариантов формирования карьерных установок. У современной молодежи складываются две точки зрения на формировании карьерных установок, а также планов на будущее: одна из них имеет негативную, а другая – положительную направленность. Однако в любом варианте карьерные установки зависят от социальных последствий кризиса во всех сферах жизни украинского общества.

В первом случае у студента вырабатывается негативное отношение к получению и использованию знаний в Украине. Молодой человек не видит перспективы получать образование и эффективно использовать эти знания в пользу украинского общества, т. е. стремится

покинуть Украину ради реализации своих целей и карьерных установок. В результате формирования таких жизненных стратегий страна теряет хороших специалистов, поскольку нет условий их успешной профессиональной самореализации. Во втором варианте студент положительно нацелен на получение образования и работы в пределах Украины. Молодой человек, видя острый кризис в Украине, все же нацелен работать на благо страны и стремится делать все от него зависящее, чтобы улучшить положение. Студента не пугают факторы риска, наоборот, данная ситуация дает стимул к выработке необходимых компетенций – как профессиональных, так и общекультурных.

Такая вариативность жизненных стратегий молодых специалистов – яркое подтверждение того, что карьерные установки зависят от взаимодействия личности и общества, в рамках которого выстраивается вектор формирования профессиональных навыков, личностного развития и реализации собственного потенциала. В то же время многие студенты в процессе обучения могут и не иметь карьерных, профессиональных установок.

Таким образом, формирование карьерных установок современного студенчества зависит от его взаимодействия с обществом, от особенностей протекания экономических, социальных, политических, информационных процессов, которые происходят в обществе в период формирования студента и как профессионала, и как гражданина, и как личности.

Представляется, что государство, высшие учебные заведения, соответствующие государственные структуры, коммерческие компании в первую очередь должны быть заинтересованы в успешной самореализации именно второй категории студентов, а значит – создавать им условия для развития их жизненных стратегий. Эта часть студенчества, профессионально подготовленная, с активной гражданской позицией, должна стать основой будущей интеллектуальной элиты украинского общества.

К ресурсам формирования карьерных установок современного студенчества мы относим такие: грамотная профориентационная работа со школьниками и студентами; социальное партнерство высших учебных заведений с предприятиями с целью эффективного трудоустройства выпускников; грантовая поддержка студенческой научной деятельности; формирование гражданской ответственности студентов за свое будущее и перспективы развития своей страны.

Акмурзин Андрей

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Ролевая структура онлайн-сетевого сообщества

Для современной социологии проблема виртуальных сообществ является не новой, но и не теряет своей актуальности. Это

связано прежде всего с развитием средств и технологий коммуникации. Рассматривая онлайн-сетевые сообщества, следует обратить на их структуры. В данной работе мы рассмотрим ролевую структуру онлайн-сетевых сообществ.

Онлайн-сетевое сообщество – это способный игнорировать географические и политические границы социальный граф, созданный с конкретной целью или объединенный интересами включенных в него людей, ребра которого существуют только при использовании технических средств. С точки зрения классической социологии, онлайн-сетевое сообщество представляет собой либо среднюю, либо малую социальную группу. Соответственно, наша методология поиска ролевой структуры должна исходить именно из классических подходов анализа структур малых и средних групп.

Рассмотрим онлайн-сетевое сообщество с позиции участия (в широком смысле) в нём. Относительно каждого индивида, включенного в какое-либо онлайн-сетевое сообщество, можно использовать систему координат для определения его позиции в сообществе. При этом индивид обладает как минимум двумя координатами: координатой формальности и координатой участия, каждая из которых является переменной, имеющей дискретные значения. Для координаты формальности данные значения – «подписан» и «не подписан» (на обновления, новости, etc.). Координата участия принимает одно из значений: «не читает», «читает», «активный». Таким образом, мы имеем 6 групп, представленных ниже в таблице:

	Не читает	Читает	Активный
"Подписан"	1	2	3
"Не подписан"	4	5	6

Группа №4 нас абсолютно не интересует, ибо данная группа не имеет никакого отношения к изучаемому сообществу, а группы №6, вероятнее всего, не существует. Группы №2 и №5 мы можем отнести к периферии сообщества, то есть к людям, которые не вносят вклад в его развитие, а являются лишь потребителями продуктов сообщества. Однако группу №5 мы можем также рассматривать как некий "потенциал" развития сообщества, тогда как группу №1 – как "утраченный потенциал". Соответственно, группа №3 является ядром сообщества.

Таким образом, мы рассмотрели некую теоретическую модель распределения ролей в онлайн-сетевом сообществе. Данная модель, безусловно, нуждается в эмпирической проверке и корректировке. Однако она позволяет увидеть целевые группы, необходимые для проведения точечных исследований феноменов, касающихся онлайн-сетевых сообществ.

Стиль жизни: для молодёжи или для всех?

Термин «стиль жизни» был введен А. Адлером, который связывал стиль жизни с понятием «жизненный стиль» и определял последний как значение, которое придает человек миру и самому себе, его цели, направленность его устремлений и те подходы, которые он использует при решении жизненных проблем. Такой психологический подход в изучении стиля жизни положил начало изучению этой проблематики.

В социологии термин «стиль жизни» впервые был употреблен М. Вебером, причём четкого определения ученый не давал, определяя стиль жизни через социальный статус как форму выражения классово-стратифицированных статусных групп и производя стиль жизни от классовых позиций. Вопросами «стиля жизни» занимались также множество исследователей от К. Маркса до Э. Гидденса, от Т. Веблена до Э. Тоффлера, от П. Бурдьё до Ж. Бодрийяра, от У. Бека до Е. Омельченко. К. Маркс вместо «стиля жизни» употреблял понятие «способ жизни», трактуя его как способ жизнедеятельности личности, социальных групп и общества в целом, происходящий в конкретно-исторической системе общественных отношений в соответствии с нормами и ценностями, которые отображают эти отношения [3]. Стиль жизни К. Маркс определял как отображение индивидуального в социальном. В свою очередь, индивидуальность, по мнению автора, есть не что иное, как «форма бытия, которая в специфичном виде определяет общую природу человека» [3].

Г. Зиммель в своей «формальной социологии» рассматривал проблематику стилезизненной дифференциации. Автор разделял общества по «социальным типам» в зависимости от их образа жизни. Так, он выделял аристократов, авантюристов, кокеток, нищих и т.п. Впоследствии его идеи развивали такие авторы, как Э. Фромм и Г. Маркузе [3].

Рассматривая теоретический подход Г. Зиммеля, мы можем увидеть сходство его идей с теорией М. Вебера. Так, оба автора пишут о проблемах стратификации и дифференциации ролей в обществе, которые возникают из-за стиля жизни. Такая теория является до сих пор одной из самых актуальных. Больше всего это выражается в стиле жизни «старшей» молодёжи – людей в возрасте 25-35 лет. На этом этапе, когда человек начинает сам зарабатывать себе на жизнь и приобретать какой-либо социальный статус, происходит стратификация. Молодой человек занимает определенное положение в обществе, которое и определяет, к какому «социальному классу» он относится.

Такую же идею развивает в своих работах Т. Веблен. В работе «Теория праздного класса» он пишет, что стилизация жизни усиливает знаковые различия в обществе и легитимирует их. Стилизация жизни выступает формой воздействия на группы с другими жизненными стилями, навязывая им свое видение человека и мира. Стиль жизни связывается с обществом потребления. Он конструируется с помощью потребления, что впоследствии дифференцирует общество и разделяет его на классы.

Очень популярный в современной социологии исследователь, П. Бурдьё рассматривает стиль жизни как систематичный продукт габитуса, то есть как отрефлексированную ежедневную привычку. Стиль жизни позволяет нам увидеть, как формируются социальные иерархии и что лежит в основе повседневной жизни человека. Бурдьё изучает стиль жизни сквозь призму социального пространства и габитуса. Сам жизненный стиль – это принятые в группе характеристики способов культурного поведения в обществе. Чем больше культурного капитала имеет человек, тем необычнее его жизненный стиль, причём в стратификационном измерении стиль жизни отражает доступность культурного и экономического капитала [4].

Рассматривая «стиль жизни» в постмодернистской методологии, стоит обратить внимание на то, что сейчас «стиль» носит массовый характер и то, что раньше принадлежало только молодёжному поколению, теперь стало общедоступным. Если раньше существовали определённые рамки дозволенного, ценности и нормы, молодёжь определяла свой стиль, то сейчас все наоборот. Молодёжный стиль жизни определяет группу людей как молодёжь. Е. Омельченко [5] описывала этот феномен, утверждая, что мы можем говорить о появлении нового стиля жизни – «молодёжный стиль». Он становится популярным и хорошо продаваемым как среди молодёжи, так и среди взрослого поколения, что удачно практикуется в повседневной жизни.

«Стиль жизни» молодёжи во многом определяется ценностными установками молодых людей и совокупностью социальных практик, а также экономическим, социальным и культурным капиталом. «Стиль жизни» легитимирует дифференциацию среди молодёжи. Такая дифференциация ставит «невидимые» рамки, в которых молодёжь может конструировать свой жизненный стиль и повседневные практики.

В современном обществе жизненный стиль молодёжи переживает трансформации. Новые социальные и повседневные практики дополняют уже существующий стиль, вытесняя старые образцы поведения. С глобализацией сильно изменились не только повседневные практики, но и стиль жизни молодёжи. Новые «стили жизни» дают толчок к появлению нововведений в сфере моды и повседневной жизни. В свою очередь, жизненный стиль дает возможность молодёжи ощутить свою «индивидуальность» по сравнению с остальными возрастными группами, хотя сама

«индивидуальность» складывается из разных образцов поведения и жизненных стилей.

Литература: 1. Образ и стиль потребления. [Электронный ресурс] – Точка доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/constyle.html> 2. Прототип личности и индивидуальный стиль жизни. [Электронный ресурс] – Точка доступа: <http://psychowwed.narod.ru/adler6.htm> 3. Панченко С. Эволюция категории «стиля жизни» в социологии // Стиль жизни: панорама изменений – Киев, 2008. – С. 11. 4. Омельченко Е. Л. От проблемного конструкта молодежного вопроса – к анализу молодежной повседневности // Молодежь: Открытый вопрос. – Ульяновск : Изд-во «Симбирская книга», 2004. – С. 130-159. 5. Омельченко Е. Л. Смерть молодежной культуры и рождение стиля молодежный // Отечественные записки, 2006.

Архипенко Вероника

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Любовь как социальный феномен

Человек – часть сложного «организма», каким является общество. Общество живет, выполняет определенные функции, в этих процессах многое зависит конкретно от человека и его действий. Как правило, человеком во многом управляют эмоции и чувства, как позитивные, так и негативные. Любовь в какой-то степени властвует над людьми, а значит – и над их действиями, будь то любовь к жизни, к родителям или к близкому человеку. Она толкает людей на необдуманные поступки, что в конечном итоге имеет социальные последствия.

Феномен любви занимал центральное место в творчестве многих философов и поэтов, людей разных профессий. Казалось бы, как можно связать любовь и социологию? Однако любовь также может выступать предметом эмпирического научного анализа, можно получить описание любви как социального феномена на языке социогуманитарных наук. Среди научных дисциплин только социальная психология уделяет внимание проблеме любви. Проблема любви рассматривается в ракурсе ряда психологических школ: возрастной, психоаналитической, поведенческой т. д. Однако наука далека от понимания этого феномена.

Среди социологов, обратившихся к анализу данной темы и посвятивших ей свои исследования, следует выделить П. Сорокина и Э. Гидденса. Анализу их работ мы уделим особое внимание.

В статье «Современная любовь» П. Сорокин описал, что представляет собой любовь. Прежде всего, перед собой он ставил такую цель – показать существующие формы любви такими, какие они есть на практике, а не восхвалять или критиковать это чувство. Он обосновал такие выводы: никогда любовь не была столь возвышенной и идеалистичной, как теперь; с ростом цивилизации развивались и чувства человека, в т. ч. и эстетические. Любовь перестала быть

простым удовлетворением биологических потребностей, и стала не столько единством тел, сколько единством душ.

В книге Э. Гидденса «Трансформация интимности» основная идея состоит в том, что в последнее время близкие отношения потерпели кардинальные изменения. К таким отношениям принято относить: дружеские, сексуальные, любовные и т.д. Близкие отношения уже не являются социальным институтом, теперь это своего рода инструмент эмоциональной реализации человека. Иначе говоря, отношения освобождаются от навязанных им правил и норм и все чаще отношения регулируются соображениями личностного улаживания и удовольствия.

Однако до сих пор любовь как социальный феномен на языке социологии так и не получила научного обоснования. Или же это «единство душ», как считал П. Сорокин, или же, опираясь на Э. Гидденса, любовь – это не более, чем «чистые отношения», т. е. отношения, поддерживаемые только ради приносимого ими удовлетворения. Постепенное преобразование интимности в индустриальном обществе может оказать губительное влияние на современные общественные институты. Новые возможности человеческого свободного самовыражения, открывшиеся на нынешнем этапе развития общества, требуют новой культуры интимных отношений, которые переживают эволюцию. Позиция П. Сорокина, на наш взгляд, более применима к современной ситуации, нежели позиция Э. Гидденса.

На данном этапе любовь как социальный феномен выступает объектом исследования, дать оценку и описание этого феномена трудно. В современном мире все больше актуализируются новые проблемные вопросы касательно интимных отношений, появляются зоны разногласий человеческого существования, перед социологами ставятся новые цели и задачи, которые требуют своего изучения.

Бойко Дмитрий, Цымбалюк Виталий
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)

Символическое насилие: концептуализация и операционализация понятия

П. Бурдьё и Ж.-К. Пассерон пишут: «Всякая власть символического насилия – то есть всякая власть, которой удастся навязать значения и заставить признать их легитимными, скрывая силовые отношения, лежащие в ее основании, – добавляет свою собственную, то есть чисто символическую, силу к этим силовым отношениям» [1, с. 22]. Отсюда вытекает ряд характеристик символического насилия.

Во-первых, символическое насилие подразумевает «навязывание значений» и их легитимацию. Символическая среда

выступает одновременно и полем борьбы (противостояния различных «значений»), и объектом борьбы (поскольку именно «значения» являются средством (вос)производства господства). А. Здравомыслов дает такое символическому насилию как «совокупности неявных способов навязывания смыслов и значений, служащих легитимации и воспроизводству различных форм социального господства» [2].

Во-вторых, символическое насилие, в отличие от ряда других тактик символической борьбы (соревнования, интервенции и пр.), является латентизированным, функционирующим в виде скрытых и неявных способов «навязывания значений». Символическое насилие замещает реальные противостояния, перемещая его из мира реального в мир символический. Вместо войны – Олимпиада или Чемпионат мира по футболу, вместо суицида – удаление странички в социальной сети, вместо шрама в бою или клейма – татуировка (а то и временная). Однако цели остаются все те же – господство, принуждение, гегемония и т.п., – и их нужно скрывать (например, за категориями спорта).

В-третьих, символическое насилие, являясь производным от физического насилия, во многом замещает его (но не полностью), скрывая, прикрывая и покрывая, но все равно сохраняет «интерес» к физическому, намекая и подразумевая его. Символическое насилие в значительной мере привязано к телесности, зачастую даже к телу, физиологическому и физическому субстрату. Так, оно неразрывно связано с психикой, в частности, с чувством неполноценности, которое может являться как причиной, так и следствием одного.

В-четвертых, символическое насилие неразрывно связано с символическим капиталом. Он является и целью, и средством. По кумулятивной логике капитала, его размер определяет шансы на его приращение (в том числе посредством символического насилия). В частности, чем выше позиция агента, производящего символическое насилие, тем выше вероятность на успешный акт символического насилия. Помимо капитала, позиция обладает и диспозицией, то есть предрасположенностью в отношении других. И нередко такими диспозициями являются стремление к подчинению посредством символического насилия.

Говоря о роли позиции в продуцировании символического насилия, мы не можем оставить без внимания и то, что объединяет близкие позиции в группу. Именно «совокупность агентов, занимающих сходную позицию, которые, будучи размещены в сходных условиях и подчинены сходным обусловленностям, имеют все шансы для обладания сходными диспозициями и интересами, и, следовательно, для выработки сходной практики и занятия сходных позиций» [3, с. 59], и являются классом в теории П. Бурдьё. Представители одного класса, как правило, обладают схожим габитусом и общими целями. Потому можем говорить о шансах на успех в символическом насилии не просто у отдельно взятых агентов, но и у классов/групп.

Ряд концепций посвящены изучению субъектности групп в процессах символического насилия. Так, Н. Элиас в соавторстве с Дж. Л. Скотсоном в книге «Истеблишмент и аутсайдеры» [4] презентовали эмпирический анализ двух групп в одном английском городке. Под истеблишментом подразумевается группа, которая характеризуется избытком власти по отношению к другой группе, т. е. к аутсайдерам. Подобно А. Грамши с его теорией гегемонии, Н. Элиас и Дж. Скотсон говорят о том, что власть истеблишмента осуществляется, помимо силовых средств, еще и средствами идеологии.

Доминирующее положение истеблишмента основывается на так называемой «групповой харизме», т. е. приписанных уникальных качествах, которые, с одной стороны, превозносят этот истеблишмент, и, с другой – унижают аутсайдеров. Это формирует чувство неполноценности у последних, а социально-психологические последствия воплощаются в значениях, коммуникативных практиках и символах (таких бинарных оппозициях, как, например, высокая культура – низкая культура; высокое происхождение – низкое происхождение; стереотипы о утонченном аристократе, джентльмене и т. д. и грубом крестьянине, человеческом христианине и коварном еврее). Особенностью такого символического насилия является то, что «групповая харизма» истеблишмента создается на основе «лучших качеств» ее «лучших» представителей, а групповой портрет аутсайдеров создается на основе «худших» качеств «плохой» части группы.

Литература: 1. Бурдьё П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования/ Пер. с франц. Н.А. Шматко. – М.: Просвещение, 2007. – 267 с. 2. Здравомыслов А. Г. Поле социологии в современном мире. – М.: Логос, 2010. 3. Бурдьё П. Социология политики: пер. с фр./ Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко./ – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с. 4. Elias Norbert, Scotson John L. The Established and the Outsiders: SAGE, 1994 – 199 p.

Борисенко Елена

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Социальные сети: современные инструменты социализации

Социальные сети – относительно новое явление в современном обществе. Обращаясь к историческому контексту появления социальных сетей, отметим, что первый американский портал с характеристиками социальной сети (classmates.com) был создан в 1995 г. В течение следующих 10 лет количество запущенных социальных сетей превысило несколько десятков. Началом бума соцсетей считают 2003-2004 гг., когда запускаются платформы Facebook и MySpace. На постсоветском пространстве мода на социальные сети появляется двумя годами позже, в 2006 г., с

появлением сервисов Одноклассники и ВКонтакте [1]. С появлением первых социальных сетей их популярность растёт с каждым днем. Ежедневно количество пользователей сетей увеличивается, стиль и механизм работы модернизируется, а вместе с ними увеличивается и время пользования сетями.

Современный человек находится онлайн практически постоянно, в сети у него существует отдельный набор знакомых, увлечений, вкусов – не в том смысле, что они отличаются от реальных (хотя такое тоже не исключено), а в том, что они находятся в несколько разных плоскостях. Сегодня во взрослую жизнь входят поколения, которые с детства живут второй жизнью в сети. Рассмотрим особенности социализации пользователей социальных сетей. Согласно нашей гипотезе, процесс социализации претерпевает существенное «обновление» и модификацию вследствие возникновения и активного распространения социальных сетей.

Проблематику социализации рассматривали многие социологи. В своей работе мы обращаемся к таким, как: И. Гофман, Дж. Дьюи, Дж. Г. Мид, К. Роджерс, А. Бандура, З. Фрейд. Выбор этих концепций обусловлен тем, что каждая из них содержит элементы, соотносимые с феноменом социализации в сети. Первые исследования виртуализации общества представлены в работах М. Маклюэна и М. Кастельса. Изменения, произошедшие в результате информатизации общества, освещены К. Аксаузенном, Дж. Винсентом, В. Ивницким, М. Берри, И. Мальковской. Интернет и виртуальные социальные сети исследуются в работах В. Силаевой, В. Коломиец и С. Кремлевой, Е. Демьянова и других. В наши дни происходит создание методологии изучения социальных сетей как отдельной сферы социализации личности. Теоретическая модель поможет выявить особенности социализации в сети, ее возможности, преимущества и недостатки, влияние на развитие как отдельного индивида, так и общества в целом.

Мы взяли за основу теорию И. Гофмана и его «Анализ фреймов» [2]. И. Гофман своеобразно подходит к разработке концепции социализации, он не описывает её как поступательный процесс, начинающийся с рождения (этот процесс может как начаться, так и закончиться в любой момент). Это очень важно в контексте нашей темы, так как человек физически не имеет возможности пользоваться социальными сетями с младенчества. Кроме Гофмана, также мы обращаемся к Дж. Дьюи [3], Дж. Г. Миду [4], К. Роджерсу [5], А. Бандуре [6], З. Фрейду [7] и др.

Развивая эти концепции, мы выдвигаем такие гипотезы, касающиеся социализации в сети: 1. С темпом приобретения опыта возрастает и скорость социализации индивида. 2. Виртуальный профиль-маска является механизмом социализации и ресоциализации. 3. Отличающаяся система отношений формирует другой образ общения. 4. Ослабевание «обобщенного другого» приводит к проявлению более конкретного образа – «другого непосредственного».

5. То, що не наказується в віртуальній житті – дозволяється, що втягує за собою ряд наслідків в реальності. 6. Втручання в особистісний простір іншої особи засобом певної групи дій залишається незгаданим. 7. Особливий шаблонний стиль існування онлайн зменшує діяльність особи.

Важливі наукові прогнози, стосуються соціалізації в мережі, особливо рекомендації для уникнення або запобігання негативних наслідків соціалізації в мережі.

Література: 1. Соціальні мережі та віртуальні мережні спільноти / за ред. Верченка Л. Н., Єфременка Д. В., Тищенко В. І. – М. : ІНІОН РАН, 2013. – 360 с. 2. Гофман І. Аналіз фреймів: есе про організацію повсякденного досвіду: пер. з англ. / за ред. Г.С. Батигіна та Л.А. Козлової. – М. : Інститут соціології РАН, 2003. – 752 с. 3. Dewey J. Experience and Nature. – Chicago : Courier Corporation, 1958. – 443 р. 4. Мід Дж. Г. Вибране: Зб. перекладів / РАН. ІНІОН. Центр соціал. наук.-інформ. досліджень; за ред. Д. В. Єфременка. – М., 2009. – 290 с. 5. Роджерс К. Погляд на психотерапію. Становлення людини. – М. : Прогрес, 1994. – 480 с. 6. Бандура А. Теорія соціального навчання. – СПб. : Євразія, 2000. – 320 с. 7. Фрейд З. Невдоволення культурою. – М. : Фоліо, 2013. – 221 с.

Борисов Роман

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Професійна соціалізація: соціологічна концептуалізація феномену

Соціалізація визначається як процес безперервної інтеріоризації цінностей, норм, ідей, якостей, знань та вмінь, завдяки яким людина включається у соціальне життя, як процес становлення особистості як цілісного суб'єкта. Від (не)успіху соціалізації залежать життєві стратегії, бо саме вона детермінує весь континуум дій людини.

Професійна соціалізація – одна з задач функціонування вищих навчальних закладів. Особливості формування уявлення про професійне майбутнє і планування життєвої перспективи досліджувалися у роботах Є. Головахи [2], С. Макеєва, В. Осовського, В. Правоторова, Е. Саар, М. Титми, Г. Чередниченко [3] та ін.

З розвитком соціологічної думки на перший план розуміння соціалізації (від пасивного, безсуб'єктного прийняття соціальних норм і цінностей) виходить *самоконструювання, самомонтаж* особистістю своєї причетності до соціальності, до інтеріоризації зазначених цінностей та норм. Так, акцентуючи увагу на *стратегіях*, вироблених особистістю, П. Бурдіо розглядає соціальний простір, в якому особистість знаходиться в якості агента, займаючи позиції в різних соціальних полях. Перебуваючи і здійснюючи практики в різних полях, агент оперує капіталами. При цьому освіта також є соціальним полем, в рамках якого відбувається взаємодія агентів на основі культурного капіталу, що набувається в процесі існування в полі, а отже, в результаті

соціалізації. У полі освіти формуються знання, вміння та навички, які необхідні особистості для набуття професійної компетентності. Вищий навчальний заклад як агент соціалізації виробляє стратегії досягнення своїх цілей у цьому полі, характер яких залежить від належного агенту «почуття гри», сформованого габітусом під впливом позицій, диспозицій та практик агента у конкретному полі.

Під *професійною соціалізацією* ми розуміємо процес здобуття професійного капіталу, що дозволяє агенту внаслідок взаємодії з іншими агентами в рамках професійних субполей займати професійну позицію. Це процес, що полягає у формуванні *професійних орієнтацій* та конструюванні *стратегії заняття професійної позиції*, здобутті необхідних знань та вмінь, завдяки яким агент ефективно проводить символічну боротьбу з іншими агентами за право прищвидшеного здобуття *професійного капіталу*. *Професійні орієнтації*, метафорично кажучи, є *сформованим образом майбутньої професійної діяльності*, тобто уявленнями агента щодо її змісту, інформованістю про професійні якості, що притаманні представникам професійної групи, тощо.

Другим структурним компонентом є стратегія. Вона, за П. Бурд'ю, виступає як «продукт практичного почуття, почуття гри, особливої соціальної гри, ... яка засвоюється з дитинства за допомогою участі в соціальній діяльності» [1]. «Почуття гри», про яке згадував теоретик – ніщо інше, як габітус соціального агента – «інкорпорована соціальна гра, яка стала натурою». Почуття гри стосується безпосередньо того соціального контексту, в якому знаходяться агенти, які вчиняють практики, що дозволяють акумулювати професійний капітал всередині відповідного субполя. Стратегія заняття професійної позиції являє собою сукупність диспозицій агента, серед яких необхідно виділити навчальну мотивацію, плани працевлаштування, професійні цінності, якими керується агент в своїх практиках.

Професійний капітал знаходиться на перетині культурного і соціального капіталів. Так, відомості про майбутню професію, її зміст, вимоги до фахівця, питання і проблеми, що виникають перед ним, стають очевидними в спілкуванні з фахівцями (представниками обраних професій) або медіаторами, які передають таку інформацію від фахівців (ЗМІ і трансльовані ними культурні продукти, а також вчителі, ровесники і самі батьки). Відзначимо, що в тому випадку, якщо інформація про професію передається медіаторами, зростає ризик формування таких очікувань, які виявляться не консистентними тим, які студент отримує у вищому навчальному закладі, що в свою чергу може призвести до його (студента) демотивації. Включення в певне професійне поле, в мережу професійних комунікацій полегшується наявністю соціального капіталу, гомологічного даному конкретному професійному субполю. Більш того, соціальний капітал є провідником одержаних про професію знань, інформованості щодо професії, і стає причиною та каталізатором вироблення професійних орієнтацій агента, інтеріоризації професійних цінностей і якостей. З іншого боку,

одержаний агентом культурний капітал у вигляді знань і умінь є найбільш релевантним капіталом, що дає випускникові можливість як зайняти, так і утримати здобуту професійну позицію.

Відзначимо, що професійний капітал акумулюється в практикуванні, ініційованому наявністю і здійсненням стратегії з придбання цього капіталу. У свою чергу, у своїй експліцитній частині стратегія оформляється у вигляді професійних очікувань, а в імпліцитній - у вигляді певного статусу / позиції, що визначає положення в професійній структурі, і, отже – соціальне становище в цілому. Таким чином, придбання професійного капіталу і відповідний його силі / обсягу професійної позиції є засобом, інструментом збереження або поліпшення свого соціального стану.

Література: 1. Бурдые П. Стратегии воспроизводства и способы господства / П. Бурдые // Социология социального пространства / Пер. с фр., общ. ред. Н.А. Шматко. - СПб. : Алетей; М. : Институт экспериментальной социологии : Алетей, 2005. – 288 с. 2. Головаха Е. И. Путь к зрелости: Формирование социальной зрелости советской молодежи / Е.И. Головаха. – К. : Молодь, 1988. – 80 с. 3. Черднichenко Г. А. Молодежь вступает в жизнь (социологические исследования проблем выбора профессии и трудоустройства) / Г. А. Черднichenко, В. Н. Шубкин. – М. : Мысль, 1985. – 240 с.

Бубняк Соломія

*Львівський національний університет імені Івана Франка
(м. Львів)*

Вихованці інтернатних установ у сучасному світі: цінності, життєві плани, самореалізація

У всьому світі є діти-сироти та діти, які позбавлені батьківського піклування. Україна не є винятком. За офіційними даними Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту станом на 2010 р. в Україні було 26492 дитини-сироти та дитини, позбавлені батьківського піклування [1]. Проте складна соціально-економічна ситуація в країні впливає на сім'ю, внаслідок чого щорічно збільшується чисельність дітей цієї категорії. Ми спостерігаємо, що їх кількість зростає з плином часу, адже у 2013 р. їх налічують уже 94000 [2]. А за неофіційними даними безпритульних дітей, жебраків, дітей, що належать до груп ризику, сиріт, дітей із соціально неблагополучних сімей налічується у декілька разів більше. Тому проблема соціального захисту та соціалізації дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, є велими актуальною. Про це свідчать дослідження провідних як західних (Г. Кершенштейнера, Л. Колберга, Н. Наторпа тощо), так і вітчизняних вчених (О. Балакіревої, О. Безпалька, Л. Волинець, Б. Кобзаря, І. Пеша, О. Капітан, Я. Корчака).

Концептуальними підходами до вивчення цього феномену є теорія ярликування, теорія тотального інституту М. Фуко та І. Гофмана, теорія соціалізації Т. Парсонса. Нами проведено якісне соціологічне

дослідження, а саме структуроване, невиключене, відкрите спостереження та 13 напівструктурованих інтерв'ю з вихованцями однієї із львівських загальноосвітніх шкіл-інтернатів (з міркувань конфіденційності назву інтернату не вказуємо). Відповідно, респондентами виступали вихованці цього закладу. Було здійснено цільовий відбір респондентів. Критеріями відбору виступали такі характеристики вихованців ЛЗШ-інтернату: стать і клас (9, 10 та 11). Дослідження навчально-виховного процесу в ЛЗШ-інтернаті було проведено в період з 10 березня 2014 р. по 23 березня 2014 р.

Вихованці цього закладу йдуть шляхом дисфункційної соціалізації, адже діти засвоюють певні знання, вміння, цінності, суспільні норми поведінки, які відтворюють в реальному житті. Вони не знаходяться у повністю закритому середовищі, відвідують різні установи та місця поза межами школи-інтернату, ходять на екскурсії, тому мають можливість співставляти поведінку працівників школи-інтернату, які щоденно намагаються бути прикладом вихованцям, та поведінку суспільного оточення. Діти не обов'язково ідентифікують себе з працівниками школи, їхньою референтною групою можуть бути і люди з зовнішнього світу. Уявлення вихованців про зовнішній світ обмежується рамками екскурсій, тому вони не можуть адекватно оцінити поведінку оточення. Втім, відвідування різних заходів та гуртків дає можливість дітям самореалізовуватись та виявляти / показувати свої таланти, що в майбутньому може стати опорою для вибору ними професії.

Найбільшою цінністю для дітей виступає сім'я як середовище домашнього затишку та любові. Сім'я безперечно є важливою для всіх вихованців інтернату, проте дівчата більше зосереджуються на цьому питанні, хочуть бути для своїх чоловіків найгарнішими, найрозумнішими та найбільш хазяйновитими.

Життєві плани у всіх вихованців схожі: усі бажають продовжити навчання і паралельно працювати, щоб купити собі житло, усі хочуть створити міцну та дружню родину, стати хорошими батьками для своїх дітей.

Ми констатуємо, що вихованці школи-інтернату мають можливість засвоїти певні знання, вміння, навички, сформувати уподобання щодо видів та способів діяльності, сприймати, розуміти та використовувати соціально-культурні цінності суспільства. Проте ці можливості часто не використовуються повною мірою. Як наслідок, діти мають такі характеристики як: підвищена тривожність, емоційна напруженість, психічна втома, стреси, агресивність, недовірливість. Щоб уникнути таких наслідків, працівники інтернатних установ повинні забезпечити рівні можливості для всіх дітей в оволодінні освітою, у гармонійному розвитку, громадській діяльності відповідно до особистих здібностей тощо. Це має створити умови для активного особистісного розвитку та вдосконалення вихованців інтернатів.

Література: 1. Урядовий портал. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=159092&cat_id

=43145. 2. Димитрова Л. М., Борисова І. С. Інноваційна робота з дітьми-сиротами як чинник їх успішної адаптації / Л. М. Димитрова, І. С. Борисова // Вісник національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право. – 2009. – № 4.

Буценко Елена

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Особенности политической социализации индивида в современном обществе

Понятие социализации как процесса адаптации индивида к социальной среде вошло в категориальный аппарат социологической науки в XIX в. Проблемы социализации человека в обществе вызывают практический интерес у многих исследователей (Э. Дюркгейм, Ч.Х. Кули, Г. Тард и Дж. Г. Мид). Особое значение для анализа общественно-политических изменений имеет концепт политической социализации.

Под политической социализацией понимается процесс включения индивида в социальную среду путём формирования у него политических ориентаций, взглядов и отношения к власти. Политическая социализация невозможна без интеграции индивида в систему социально-политических взаимодействий, без усвоения, принятия или непринятия норм и ценностей, благодаря которым формируется политическое поведение и политическое сознание [1, с. 71]. Данный феномен связан с включением человека в определенную политическую культуру, с усвоением «правил игры», обязательных в сфере политики [2, с. 420].

Понятие «политическая социализация» введено в науку группой исследователей во главе с Д. Истоном. Учёные предложили теорию политической социализации, согласно которой усвоение политических ценностей и ориентаций ведет к формированию качеств и освоению ролей, позволяющих адаптироваться к жизни в политической системе. Позже идеями Д. Истона интересовались Т. Парсонс, Р. Липтон, Л. Коэн [3]. С тех пор исследователями феномена политической социализации был предложен ряд идей. Считается, что в её содержании лежит двухступенчатый процесс, состоящий из влияния на индивида требований политической системы и формирования у него политической активности.

Выделяют две основные функции политической социализации: приобретение человеком способности ориентироваться в политическом пространстве и выработка навыков исполнения ролей в системе политических отношений. Также выяснено, что уровень политической социализации зависит от комбинации трёх факторов: возраста человека, его опыта и способности к политическим рефлексиям. Из взаимодействия этих факторов возникают две стадии политической

социализации. Первичная стадия включает выработку отношения к политике через восприятие политических норм и общественных оценок. Вторичная стадия связана с появлением политических позиций, суждений, с расширением политического опыта индивида [4, с. 522-523]. И здесь возникают вопросы: все ли индивиды проходят «предписанные» социологами две стадии, и что является результатом политической социализации? Предположим, таким «итогом» есть выработка упомянутой выше политической активности, однако кто сказал, что политически активный индивид социализирован политически? На мой взгляд, между этими понятиями нельзя ставить знак равенства хотя бы потому, что этой тождественности пока нет эмпирического подтверждения.

В рамках современного уточнения концепта для нас важна постановка вопроса о роли средств массовой информации как агентов политической социализации. Значение СМИ недооценено в классической версии концепта в силу роста их значения в информационном обществе. На сегодняшний день вопрос об идеологической и политической направленности СМИ уже не актуален. Вопреки своему предназначению, СМИ не являются «независимыми» как информационно, так и экономически, поскольку во многом обязаны своим существованием властным структурам или их представителям. При наличии высокого уровня доверия и высокой частоты обращения к СМИ, которые, в свою очередь, активно освещают политические события, и при отсутствии других значимых источников данных о политических событиях, средства массовой информации становятся базовыми агентами политической социализации. Современные реалии свидетельствуют о наличии массового влияния СМИ, результатом которого остаётся высокий уровень доверия общества к масс-медиа. Средства массовой информации могут прямо или косвенно влиять на выработку у индивида политических качеств, что стоит учесть при построении современной модели политической социализации.

В данном контексте возникает ещё один вопрос относительно роли референтных групп в рассматриваемом процессе, касающийся сравнения уровней влияния ближайшего окружения и СМИ. Данный вопрос касается значения микро- и макрофакторов в современных условиях политической социализации. И ответ на него во многом зависит от степени зависимости человека от СМИ и тесноты связей в референтных группах, поэтому имеет смысл изучить данный вопрос эмпирически, особенно если речь идёт о сообществах, функционирующих в контексте социально-политических кризисов.

Требуется уточнения сама трактовка политической социализации. В приведенных выше определениях данный концепт рассматривается через усвоение, адаптацию и включение индивида в политическую систему, т. е. как процесс односторонний и неизбежный. Если по поводу второго спорить пока не представляется возможным, то относительно первой характеристики выдвигается следующая гипотеза:

политическая социализация происходит не только через познание и усвоение политических норм и ценностей, но и через выражение политических идей, предположений, вопросов. Ведь в наше время, когда политические нормы и ценности являются чем-то неопределённым, трансформирующимся от выборов к выборам, ответы на актуальные вопросы в сфере политики способны сформировать ту или иную точку зрения на происходящие политические события. В такой версии концепт политической социализации находится в процессе изменений, актуализирующих его значение и объясняющих социально-политические изменения в современном обществе.

Литература: 1. Сирота Н.М. Политология: учебное пособие / Н. М. Сирота. – СПб., 2006. – 272 с. 2. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка; [пер. с польск. С.М. Червонной]. – М.: Логос, 2005. – 664 с. 3. Федосеев Д. И. Политическая социализация студенческой молодежи (на материалах Ставропольского края): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. полит. наук: спец. 23.00.02 «политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии» / Д. И. Федосеев. – Пятигорск, 2004. 4. Политология: учебное пособие для вузов / [Сазонов Н.И., Фисун А.А., Чигринов В.И. и др.]; под ред. Н.И. Сазонова. – Харьков: Фолио, 2001. – 831 с.

Данько Юрій
*Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С.Сковороди (м. Харків)*

Соціальні мережі: сучасна форма спілкування

У сучасному суспільстві спілкування людей відбувається не тільки у традиційному просторі але й у віртуальному – мережі Інтернет, який увійшов у наше повсякденне життя. Ми активно користуємося Інтернетом вдома, на роботі, з розвитком нових технологій він перекочував в наші мобільні телефони і смартфони, що дало нам можливість практично весь час перебувати on-line. З розвитком Інтернету з'явилася можливість використовувати всі його досягнення в різних його проявах. Одним з таких проявів стали соціальні мережі. Спілкування, пошук інформації і друзів, обмін новинами, можливість слухати музику, перегляд фото та відео стали невід'ємним атрибутом нашого життя.

Під соціальною мережею розуміють платформу, он-лайн сервіс або веб-сайт, які призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин. Також її розглядають як безліч акторів (агентів) які мають між собою соціальні зв'язки (дружба, спільна робота або обмін інформацією) та які вступають у взаємодію один з одним.

Теоретична основа процесів вивчення соціальних мереж створюється у роботах провідних дослідників ще у 30-х роках ХХ ст. Першими були публікації прикладних праць із соціометрії Дж. Марено присвячених міжособистим та міжгруповим комунікаціям. Дж. Морено запропонував термін «соціограми», вбачаючи в ньому матричне

зображення міжособистих стосунків у соціальних групах. Надалі ідеї Марено підтримав та розвинув Дж. Барнс. Вважається, що саме Дж. Барнс у 1954 р. вперше ввів термін «соціальні мережі». Наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. формується новий напрям у сфері соціальних мереж у вигляді віртуальних соціальних утворень. З початком їхнього функціонування соціальна комунікація стає оперативною, глобальною, системною.

Теорія соціальних мереж припускає, що соціальна поведінка та комунікація відчувають вплив моделей взаємовідносин людей: чим міцніше соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа. Як і інші нововведення комунікаційної технології, Інтернет продовжує процес з'єднання людей в соціальні мережі, а також людей і організацій, розкиданих географічно, але пов'язаних спільними інтересами. Теорія соціальних мереж стверджує, що соціальна комунікація по Інтернету доповнює і розширює традиційне соціальну поведінку, тому чим активніше люди поводяться в співтоваристві, тим більше вони спілкуються в міжособистісній формі, і чим тісніше їх контакти, тим частіше вони користуються електронною поштою та іншими медіа для спілкування [2].

За даними досліджень, більше половини підлітків проводять в соціальних мережах багато часу, відвідуючи їх не менше одного разу на добу. А близько чверті з них відвідують свої сторінки більше 10 разів на добу. Сучасні соціальні мережі стали своєрідним Інтернет-притулком, де кожен може знайти технічну і соціальну базу для створення власного віртуального "Я". При цьому кожен користувач мережі отримав можливість не лише спілкуватися і творити, але й ділитися плодами власної творчості з багатомільйонною аудиторією користувачів різних соціальних мереж.

У соціальних мережах відсутні будь-які умовності, яких неможливо уникнути в реальному спілкуванні, багатьом молодим людям важче спілкуватися в реальному житті і набагато простіше викладати свої думки письмово. Соціальні мережі здатні вносити зміни в процес соціалізації, становлення та розвитку особистості, особливо молодих людей, що, в кінцевому рахунку, може проявлятися і в змінах соціальної активності молоді. Соціальні спільноти Інтернет можуть відсунути на другий план класичні інститути соціалізації – сім'ю, школу, реальних друзів, а також перенаправляти соціальну активність молоді з реального світу в віртуальний [1]. І все ж, незважаючи на негативну сторону соціальних мереж, не можна не визнати, що відмовитися від них уже ніхто не зможе, тому що ця мережа спілкування зручна, економна і практична, швидка, продуктивна і корисна для навчання й роботи.

У сучасному світі спілкування між людьми спростилося до максимального рівня. Відстань між людьми тепер не є перешкодою для спілкування. Інтернет перетворив людство в одне велике глобальне село і дав можливість організації комунікацій людям з різних частин

планети в режимі реального часу. Сформувалося покоління, яке володіє новими ідентифікаційними параметрами і сприймає віртуальну реальність як реальне середовище проживання.

Література: 1. Асеева О. В. Социологический анализ социальной активности молодежи в сетевых сообществах Интернет [Электронный ресурс] / О. В. Асеева. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskii-analiz-sotsialnoy-aktivnosti-molodezhi-v-setevykh-soobschestvah-internet>. 2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Электронный ресурс] / Г. П. Бакулев. – Режим доступа: <http://pulib.if.ua/part/9691>.

Демянив Юлия

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Социологическое воображение и его роль в современном мире

Миром правит информация, а главная ценность – это знания. Но сегодня человеку недостаточно просто знать о каком-то событии, факте, открытии или проблеме. Для того чтобы понимать суть процессов и явлений, разбираться во всех пластах проблемы, находить причинно-следственные связи, нужно анализировать события, проводить аналогии между прошлым и будущим, смотреть на вещи в культурном, политическом, структурном измерениях.

Именно это и лежит в основе социологического воображения, которое подразумевает целый спектр навыков и способов решения разнообразных задач, начиная от микроуровня и заканчивая глобальными проблемами. Можно сказать, что это и есть способ изучения общества. Согласно Ч. Миллсу, социологическое воображение – это «плодотворная форма самосознания интеллектуала, с помощью которого оживает способность удивляться, люди становятся разумными – начинают понимать, что теперь они сами способны к правильным обобщениям, непротиворечивым оценкам, что позволяют прояснять основания тревог людей и безразличия общества» [1, с. 16].

Это в первую очередь важно именно для социологов, так как в связи с постоянным развитием мира и общества специалист не только использует уже известные методы и понятия, но и создает свои. Тот же Ч. Миллс говорил, что каждый социолог создает свою методологию [1, с. 5]. То есть благодаря построению мысленных экспериментов, задействовав при этом все свои ресурсы в области познания того или иного предмета, в случае их исчерпания специалист может подключать знания, полученные в других областях.

Много идей на это счет высказал П. Штомпка. Согласно ему, социологическое воображение – это «способность распознавать и чувствовать взаимосвязь всего, что происходит в социальной жизни, со всеми структурными, культурными и историческими условиями и предпосылками, а также с действиями, которые совершаются в этих

условиях отдельным или коллективным социальными объектами, образующими в итоге социум (общество) во всей его сложности и разнородности» [2, с. 148]. Исходя из этого, можно сказать, что это способность всецело ориентироваться в ситуации и давать оценку происходящему. На первый взгляд кажется, что приведенные определения существенно различаются. Но и для Ч. Миллса, и для П. Штомпки социологическое воображение – по сути, главное "оружие" социологов, так как изучение любых явлений в обществе без критической оценки, вне связи с культурными и историческими контекстами невозможно.

Что же касается самого социологического знания, то оно имеет огромное значение в современном мире. Дело в том, что социология накапливает знания об обществе, обрабатывает их, структурирует и позволяет использовать их в разнообразных целях. Эти знания – это рекомендации, наставления, прогнозы, которые ведут к изменению человеческой жизни. Социологические знания дают целостную картину не только всего общества, но и отдельных социальных институтов.

Социологическое воображение и социологическое знание необходимы не только социологу, но и любому образованному человеку в современном мире. Они помогают критически оценивать социальную ситуацию, анализировать ее, они являются катализаторами нахождения причин и принятия решений, позволяют задействовать ранее полученные знания из разных областей, будь то наука или искусство, для достижения конечной цели.

Литература: 1. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение. – М. : Издательский Дом NOTA BENE, 2001. – 260с. 2. Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение // Социологический журнал. – 2001. – № 1.

Екимова Мария

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»
(г. Харьков)*

Влияние эйджизма на развитие современного университета

Необходимым условием выживания и развития современного общества является интеллектуальный капитал (знания, информация, навыки и умения). Его воспроизводство и накопление требует успешного функционирования института образования в целом и высшего образования в частности. В последнее время пристальное внимание уделяется реформированию университетов, которым принадлежит ведущая роль в формировании интеллектуального потенциала страны, ее политической, экономической и культурной элиты.

Университет как социальная организация представляет собой объединение людей, характеризующееся формальной структурой, для

достижения определенных целей. Такая организация имеет свои особенности в целеполагании, в структурном отношении и функционировании. Университеты не только выполняют образовательные функции, но и формируют общественное и профессиональное сознание, способствуют развитию культуры и цивилизации.

В настоящее время университеты Украины по разным причинам (политическим, экономическим и культурным) перестали эффективно выполнять свои функции. В связи с этим возник вопрос об их реформировании. И в первую очередь, меняются требования к профессорско-преподавательскому составу университетов, поскольку именно на него ложится весь груз и вся ответственность в воспитании и обучении молодых специалистов. Современный преподаватель университета должен быть исследователем, руководителем проектов, воспитателем, консультантом.

Формирование профессорско-преподавательского состава должно осуществляться на основе объективных показателей (опыт работы, научная и педагогическая квалификация, деловые, нравственно-этические и коммуникативные качества). Однако на процесс оценки преподавателей как субъектов образовательной деятельности оказывают влияние социальные ожидания относительно их социально-демографических характеристик. Преподавателям могут приписываться определенные характеристики и модели поведения, в т. ч. лишь на основании их пола, возраста, этнической принадлежности и т.д.

Приписывание социальных характеристик и моделей поведения по признаку возраста является проявлением эйджизма. Само понятие «эйджизм», введенное в научный оборот в 1969 году Р. Батлером, изначально использовалось для обозначения возрастной стереотипизации и дискриминации людей пожилого возраста. В такой интерпретации последние пол века эйджизм употреблялся в ряде социальных наук – психологии, философии, геронтологии и социологии. На протяжении этого времени существенных изменений в интерпретации эйджизма не произошло, за исключением того, что сегодня под ним, как правило, понимается дискриминация не только людей пожилого возраста, но и молодежи.

В системе высшего образования Украины на протяжении последних двух десятилетий происходило старение профессорско-преподавательского состава. Поэтому кадровая реформа университета связывается преимущественно с омоложением преподавательского коллектива. Подобная тенденция может привести к потере преемственности поколений, нивелированию опыта преподавателей старших возрастных групп и увеличению управленческих рисков.

Следует помнить, что какой бы группе не отдавалось предпочтение, всегда будут ущемляться права другой. Кроме того, возрастной перекос может приводить к дисфункции университета как организации. Поэтому следует достичь оптимального соотношения всех

возрастных групп преподавателей. Для эффективной модернизации и успешного управления персоналом университета необходимо проводить мониторинг базовых социальных ожиданий студентов, преподавателей и руководства относительно моделей поведения разных возрастных групп преподавателей университетов.

Жердецкая Анастасия

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Отношение жителей мегаполиса к экологическим проблемам

Во все времена человечество испытывало на себе влияние разного рода негативных природных факторов. На ранних этапах развития общества географические условия существования людей зачастую непосредственно влияли на культуру, представляя собой едва ли не определяющий фактор создания общественных норм, ценностей и т.д. С развитием науки человечество все дальше отходило от природно-географической подоплеки социальных явлений, однако природные факторы и сегодня продолжают воздействовать на определенные процессы общественной жизни. Среди зарубежных и отечественных специалистов, занимающихся социально-экологической проблематикой, необходимо отметить Дениса и Донеллу Медоуз, Й. Рандерса, Г. Тернера, Х. Свердрупа, В. Нордхауза, Л. Уайта, Р. Атфилда, А. Хоули, У. Каттона, Р. Данлопа, М. Букчина, Д. Марковича, О. Яницкого, И. Сосунову, О. Аксенову, В. Зубкова, Д. Ермакова, Г. Денисовского, И. Халий, Г. Бачинского и др.

Эмпирически доказано, что количество и величина угроз, способных прямо или косвенно сказаться на здоровье и благополучии человека, за последнее столетие стремительно возросли. В результате своей хозяйственно-экономической деятельности человек создал множество серьезных проблем и угроз экологии планеты. Глобальное потепление, проблемы с озоновым слоем и магнитными полюсами, нехватка природных ресурсов в результате многовекового и нерационального их использования – все это экологические проблемы, порожденные деятельностью общества, и только общество может их решить, ведь сами по себе они не исчезнут. В ходе решения, или, наоборот, игнорирования этих социально-экологических проблем возникают новые общественные процессы, движения и социальные практики, поскольку общество реагирует на изменение текущей ситуации своим собственным изменением.

На сегодняшний день мы можем наблюдать взаимовлияние социального и природного: с одной стороны, влияние человека на природу достигло небывалых масштабов, антропогенный фактор стал ключевой силой формирования характеристик окружающей среды; с другой, – сложившаяся экологическая ситуация является результатом

человеческой финансово-хозяйственной деятельности и существенно влияет на формирование общей социальной ситуации в стране и отдельных ее проявлений.

Социологические исследования, посвященные различным аспектам социально-экологической ситуации и воздействию экологических проблем на общество, регулярно проводятся различными центрами изучения социальной экологии в большинстве развитых стран мира: New Compass (Норвегия), Ecologie Sociale (Франция), Social Ecology London (Великобритания), Soziale Oekologie Frankfurt am Main (Германия), Institute of Social Ecology (Австрия), Фонд «Социальная Экология» (Россия) и др.

С целью выявить особенности восприятия экологических рисков населением города Харькова автором в феврале-мае 2011 г. был проведен анкетный опрос, в котором приняли участие 104 чел. (выборка стихийная). Конечно, данные опроса нельзя экстраполировать на все население города Харькова, но можно выявить общие тенденции, связанные с восприятием экологических рисков харьковчанами. Показатели общего уровня обеспокоенности экологическими проблемами и общая оценка текущей экологической ситуации г. Харькова свидетельствуют, что горожанам присущ средний уровень обеспокоенности негативными последствиями экологических рисков, т. е. харьковчане признают текущую экологическую ситуацию проблемной и содержащей определенную угрозу для жизнедеятельности человека, однако в то же время не считают эту угрозу столь существенной, чтобы переживать по этому поводу и предпринимать какие-либо активные действия.

Кроме того, среднему уровню обеспокоенности горожан по результатам исследования соответствует нейтральная направленность действий людей в экологической сфере, то есть отсутствие определенных действий, направленных на улучшение экологии, или же не сознательное их выполнение. Исследование показало, что не все респонденты осознанно предпринимают действия по улучшению экологической ситуации, многие совершают те или иные действия, направленные на улучшение экологии по личным, не связанным с экологическими мотивами причинам. По результатам исследования подтвердилась гипотеза о высоком уровне пассивности харьковчан в решении экологических проблем.

Можно предположить, что горожане, хоть и признают существование определенных проблем, связанных с текущей экологической ситуацией, но в силу определенных причин (которые, к сожалению, выделить в рамках данного исследования не представляется возможным) не пытаются активно влиять на её (экологической ситуации) дальнейшее позитивное развитие. Возможно, это связано с общим низким уровнем доверия к политическим и общественным организациям, действующим в сфере экологии, или же причиной может выступать в целом низкий уровень

дохода горожан (они могут быть более обеспокоены финансовыми, экономическими вопросами, чем экологической ситуацией в городе).

Запороженко Руслан

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

(м. Харків)

Застосовність моделі націоналізму А. Гелнера (на прикладі українського націоналізму)

Актуальність даної теми зумовлена тим, що більшість країн світу сьогодні охоплені націоналістичними рухами. Ми стаємо свідками проявів націоналізму по всьому світу. Варто згадати Арабську весну народів, національні повстання та війни в країнах Африки, протистояння націоналістичних і демократичних блоків у різних країнах світу, зокрема в Центральній та Східній Європі, Південній Азії та Латинській Америці. Початок ХХІ століття довів, що це явище не зникає з політичного, соціального, культурного життя людей. Існує думка, що націоналізм є природною рисою національних держав і видозмінюється із розвитком суспільства. Метою нашої розвідки є визначення типу націоналізму, який наразі існує в українському суспільстві, за однією з теоретичних моделей.

Прояви націоналізму досліджували дуже авторів, серед яких історики, соціологи, політологи, філософи. Особливий внесок у його вивчення вніс Ернест Гелнер [1], роботу якого – «Нації та націоналізм» – вважають класичною енциклопедією націоналістичних концепцій та беруть за основу при вивченні даного питання. Спробуємо застосувати цю модель до теоретичного опису українського націоналізму, співвіднісни його із британським типом націоналізму, на основі якого створювалася дана модель.

У гелнерівській моделі націоналізму виділено три основні критерії, які визначають формування націоналістичного суспільства. Їхня комбінація визначає тип націоналізму. По-перше, це критерій *влади*, який позначає ступінь централізованості суспільства, де підтримка порядку, легітимності електоральної поведінки та законності політичних процесів – це завдання декількох установ, а не всього суспільства. Говорячи простими словами, одні мають владу, а інші – ні.

По-друге, критерій *освіти* або високої культури, де ці два поняття отожднюються. Основу цього критерію складають навички, котрі допомагають людині зайняти будь-яке положення в сучасному суспільстві. Це не чіткий ієрархічний перелік навичок, а сукупність ознак, як, наприклад, грамотність, знання арифметики (цифр), гнучкий тип мислення. Тобто кожна людина може самостійно визначити необхідні їй навички, і, власне, самотужки навчитися їм. Але для більшості представників суспільства, щоб досягти базових основ вищезгаданого переліку, необхідна наявна гарно спланована централізована система освіти.

По-третє, критерій *культури*, поняття якої використовується не в нормативному сенсі, а в етнографічному. У дане поняття вкладається певний стиль поведінки і спілкування, прийнятий у даному суспільстві. За цією схемою, існує явище «культурна єдність / культурна подвійність», тобто соціум або монокультурний (кожен має одну і ту саму культуру в етнографічній площині), або бікультурний (культура тих, хто при владі, і культура всіх інших).

Згідно цієї моделі, британський націоналізм – це, перш за все, загальна доступність нової високорозвинутої культури, яка здатна змінювати базові умови суспільної свідомості і стиль життя. Тут вона рівномірно розподілена між тими, хто має владу, і тими, у кого її немає. Отже, культура не належить одним більшою мірою, ніж іншим. Націоналізм тут полягає в залученні до високої культури грамотності / письменства, яке охоплює всі верстви суспільства, причому є обов'язкова відповідність – розвиток згідно з поділом праці.

Якщо говорити про українське суспільство, то, згідно моделі Гелнера, британський тип націоналізму не буде для нього прийнятним. По-перше, українське суспільство від початку свого існування є аграрним. Індустріалізація почалася порівняно нещодавно, тоді як у Великобританії вона відбулася в кінці XVII ст. Традиційне аграрне суспільство використовує культуру чи етнічність, перш за все, для виділення привілейованих груп, підкреслюючи таким чином їх знатність, освіченість та грамотність, законність прав і легітимізуючи їхній вплив. «Двигуном» прогресу чи змін нашого суспільства за його історію виступали інтелігенція, старшинське козацтво, поміщики – тобто та сама привілейована еліта, якій суспільство делегувало владу.

По-друге, у нашому суспільстві націоналізм не діяв в ім'я добре систематизованої високої культури, як це було в британському суспільстві. Навпаки, через нерозвиненість та неоформленість культури спостерігалась постійна боротьба між безліччю культур лінгвогенетичного походження. Відповідно, базова висока культура так і не сформувалася. Такий тип називають східним націоналізмом і саме він, у більшості своїй, притаманний сучасному українському суспільству.

По-третє, характерним для нашого суспільства є наявність «культурної подвійності» – культури тих, хто при владі, і культури всіх інших. Надмірна централізованість влади створює бар'єр для проникнення в апарат нових облич, перешкоджає дифузії елітарної культури та культури в її етнографічному сенсі.

У випадку нашого суспільства можна говорити, що економічно і політично слабке населення може спорадично чинити впливи на культурну сферу, але при цьому воно одразу ж стає перед націоналістичним вибором. Обмеженість доступу до влади та нерівномірність розподілу розвинутої культури між тими, у кого влада є, і тими, у кого її немає, зумовлює існування в цьому суспільстві більш архаїчного, ніж британський, типу націоналізму. Відтак, за моделлю Гелнера націоналізм, що існує в нашому суспільстві, може бути

класифікований як різновид «східного націоналізму» з елементами націоналізму діаспори.

Отже, модель Гелнера цілком прийнятна для опису націоналізму поза британським суспільством, а тому може бути використана в якості теоретичної бази у тому числі для емпіричних досліджень націоналістичних проявів.

Література: 1. Гелнер А. Нації та націоналізм / А. Гелнер. – К. : Таксон, 2003. – 300 с.

Каверіна Альона

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Унікальні риси Інтернет-ЗМІ

Засоби та канали масової комунікації постійно розвиваються, відповідаючи на інформаційні запити та потреби суспільства. У сучасному суспільстві значна роль відводиться комп'ютерним та телекомунікаційним технологіям. Традиційні ЗМІ, а особливо преса та радіо, поступово втрачають свої позиції на ринку медіаресурсів, тоді як інтернет-ЗМІ набирають популярність, збільшують свою аудиторію.

Погляди вчених на роль інтернету як ЗМІ неоднозначні. Одна група не відносить інтернет до ЗМІ переважно через відсутність повного інтернет-покриття по країні. На користь цієї точки зору можна привести і відсутність нормативно-правового підтвердження, оскільки в законах України не прописані ні визначення, ні статус, ні порядок створення інтернет-ЗМІ [1]. Однак незважаючи на це, інтернет-ЗМІ міцно зайняли свою нішу серед засобів масової інформації та, до того ж, «нині у вітчизняному професійному журналістському середовищі наявні тенденції до усвідомлення необхідності визнання приналежності інтернет-ЗМІ до засобів масової інформації» на законодавчому рівні [1].

Інтернет-ЗМІ мають багато спільних рис з традиційними медіа, що дозволяє обґрунтовано віднести їх до соціального інституту ЗМІ. Між тим, їм притаманні унікальні риси, які вирізняють мережеві медіа з-поміж інших інформаційних каналів. Серед найбільш загальних виділяють «інтерактивність», «мультимедійність» та «гіпертекстуальність». «Мультимедійність» характеризує поєднання «різних знакових систем – вербальної, графічної, звукової, фото, відео, анімаційної». «Гіпертекстуальність» проявляється у нелінійності контенту, тобто поєднанні окремих інформаційних файлів завдяки використанню гіперпосилань. Під «інтерактивністю», у свою чергу, мається на увазі можливість не тільки налагодження зворотного зв'язку з аудиторією, але й діалогової форми спілкування з користувачами ресурсу та високу активність аудиторії [2]. Серед інших відмінних рис інтернет-ЗМІ особливо виділимо «оперативність», яка проявляється у «доступі до інформації та максимально швидкому обміну нею, незважаючи на простір і час, можливості негайної публікації

журналістських текстів, уникаючи цензури...» [3, с. 474], а також «мультиконтентність», що означає поєднання різних типів, які відрізняються знаковою системою, рівнем мультимедійності, жанровою стилістикою, рівнем професійності автора в одному просторі та часто на одному ресурсі, та відсутність законодавчого регулювання, що, з одного боку, означає мінімізацію цензури та ризику втручання держави, а з іншого – правову незахищеність інтернет-журналістів. Зазначимо, що названі риси (окрім останньої) не тільки вирізняють інтернет-ЗМІ з поміж інших інформаційних каналів, але й виступають безумовними перевагами над іншими видами медіа, які забезпечують широку аудиторію та вільний доступ до інформації.

Література: 1. Конах В. К. Інтернет-ЗМІ в Україні: проблеми визначення нормативно-правового статусу та врегулювання діяльності / Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1085/> 2. Самуляк О. Детермінуючи риси мережових ЗМІ // Вісник Львівського університету. – 2011. – № 34. – С. 237–241. 3. Кашуба Г. Українські Інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти // Вісник Львівського університету. – 2004. – № 25. – С. 474–480.

Калашикова Алина

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(Украина, г. Харьков)*

Зритель как паллиатив музыки: художник и социальная среда его обитания

При упоминании словосочетания «современное искусство» большинство людей испытывает чувство смутного неудовлетворения, связанное с раздражающим непониманием происходящего в этой сфере человеческой деятельности. Исключение составляют разве что профессиональные теоретики и практики искусства, чье мнение пристрастно, так как всегда является актом легитимации их права на существование, а потому должно рассматриваться отдельно. Для обывателя же, – каковым является тот, кто не интересовался специально хотя бы историей визуальных продуктов культуры, – современное изобразительное искусство представляет собой подлинную *terra incognita*.

Изобразительное искусство относится к продуктам культуры, предназначенным преимущественно для элитарного потребления. Обычно материальные и нематериальные продукты культуры, несущие на себе стигму принадлежности высшим классам, пользуются популярностью среди тех, кто хотел бы войти в эти группы. Однако потенциальный зритель, даже если ему предоставляется возможность приобщиться к потреблению искусства и хотя бы таким путём ассоциировать себя с референтной группой, вовсе не спешит освоить эту культурную практику. Между тем, несмотря на высокую субъективность

творческого процесса, именно зритель является адресатом искусства, а значит, исполняет роль «музы», стимулирующей художника к профессиональному развитию. Исследование упомянутого парадокса представляется нам актуальным не только в силу стремления к наиболее полному охвату социогуманитарным знанием процессов и феноменов современного общества, но и в силу «социального заказа» на изучение зрителя со стороны художественного сообщества.

Потребление искусства – это процесс воспринимания произведений с целью удовлетворения духовных, в частности эстетических, потребностей личности. В экономическом смысле потребление тождественно приобретению блага, но специфика изобразительного искусства состоит в неисчерпаемости ресурса эстетического удовольствия, поэтому мы считаем необходимым рассмотреть и альтернативные формы потребления, расширяющие аудиторию его зрителей. Так, кроме непосредственного приобретения, произведения изобразительного искусства доступны для ограниченного во времени и пространстве потребления в рамках выставок. Несмотря на бесплатность и открытость этих мероприятий, они крайне редко бывают массовыми, так как рядовой зритель редко ориентирован на удовлетворение духовных потребностей именно средствами современного искусства.

В качестве объективной причины этого обычно называют отсутствие развитого художественного вкуса, неинкорпорированность в габитус обывателя кодов восприятия, опосредующих возможность эстетического удовольствия [1]. Вместе с тем, реалистическое искусство не требует предварительной подготовки воспринимающего, а потому остаётся массово популярным в любом обществе. Соответственно, художники-реалисты имеют возможность работать с широкой аудиторией. Художник же, создающий произведения с ориентацией на весьма далёкие от реализма эстетические каноны современного искусства, редко или почти никогда не сталкивается с пониманием широкой зрительской аудитории. Его приоритет – элита общества, приверженная редкому, но оплачиваемому потреблению искусства.

Трансляция культурного капитала, однако, требует относительно постоянного и институционализированного процесса воспроизводства элиты. В периоды социальных трансформаций и кризисов она прерывается, поэтому, например, в нашей стране даже представители экономической (политической, социальной) элиты не обладают достаточным объёмом культурного капитала, чтобы стремиться к потреблению искусства. Для современных украинских художников это означает необходимость ориентироваться на потребителя вне страны, преимущественно на западного, либо становиться понятными неподготовленному зрителю путём возврата к реализму – то есть уходить от нормативного ядра искусства как такового. Выбор этого сегмента зрительской аудитории в качестве целевого означает неизбежный компромисс не только с собственной креативностью, но и, как видим, с самим искусством.

Обозначенная выше перспектива работы на иностранного зрителя требует большого количества дополнительных усилий, связанных с поиском каналов выхода на мировой рынок, а это доступно отнюдь не каждому художнику. Географически же близкая украинская аудитория зачастую готова финансово стимулировать только создание понятных ей китчевых образцов, служа своеобразной «анти-музой» изобразительного искусства. Резкость этого разрыва становится критической, урожая окончательно нивелировать ценность искусства для местного зрителя, что ведёт к полному его отчуждению от высокой культуры и к превращению её в сателлит западного искусства. Фактор уровня подготовленности, культурной компетентности зрительской аудитории важен для любого создателя произведений изобразительного искусства, который намерен профессионально им заниматься – то есть получать оплату за свой труд. Поэтому, на наш взгляд, налицо необходимость культурной подготовки украинского потребителя искусства за счёт реализации системного культурного воспитания в школах и высших учебных заведениях. Это позволило бы обеспечить самостоятельное развитие украинского искусства в соответствии с его внутренней логикой.

Литература: 1. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6. – № 3. – С. 25-48.

Коломенская Алина

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Социологическое знание на практике: управление массами через PR-деятельность и рекламу

Говоря о рекламе как о социальном феномене, следует упомянуть, что в её основе лежит знание о психике человека, о его поведении в обществе, а также его взаимодействии с массами. Овладев необходимыми техниками и навыками коммуникации, маркетинга, а также элементарными познаниями в психологии, представитель данной индустрии способен существенным образом повлиять на актуальность того или иного товара, исследовать рынок и спрогнозировать, будет ли он иметь высокие продажи или стоит осуществлять определённые операции для того, чтобы он имел определённый успех среди населения.

Если говорить о методах управления массами, которые получили широкое распространение в сфере массовых коммуникаций, нельзя не упомянуть Г. Лебона и Г. Тарда. Идеи, предложенные последним, более всего отразились на формировании брэндинга: в обязанности брэнд-менеджера входит анализ настроений, бытующих в определённой целевой аудитории, проведение рекламных акций с целью привлечения новых партнёров и инвесторов, а также

поддержание выгодных связей и контактов со старыми клиентами, постоянное упоминание о рекламируемом брэнде или товаре. Желаемая цель может быть достигнута в случае, если сотрудники данной индустрии обеспечат крепкую коммуникативную связь между брэндом и каждым представителем определённой целевой аудитории посредством представления репутации компании и наделяемого ей образа.

В основу рекламных кампаний для различных корпораций заложены идеи Г. Лебона. Основная их особенность заключается в том, что их концепция должна иметь относительно простой характер, однако быть передовой, в некотором смысле новаторской и даже авангардной, а главное – заставляя задуматься над своей жизнью, вселять веру и сильное желание обладать продукцией данного производителя или брэнда. Рекламная кампания базируется на «заразительности» рекламы, повышении восприимчивости потребителя, создании искусственного позитивного состояния [1].

PR-деятельность как социальный феномен стала необходимой частью современного общества. В обязанности PR-менеджера входит организация работы в области коммуникаций, включающая в себя решение любых вопросов, связанных со связями с общественностью, распространение рекламы и публикация новостей и пресс-релизов в СМИ, организация пресс-конференций и презентаций, улучшение имиджа организации или компании, анализ и прогнозирование результатов той или иной деятельности. Человек, который работает в данной структуре, должен понимать сущность социальных процессов и явлений. От того, как он представит свою компанию и проведёт определённое мероприятие, зависит, насколько поднимется рейтинг организации, насколько возрастет количество партнёров и клиентов, какую прибыль она получит. Имея за собой некий багаж социологического знания, PR-менеджер лишь увеличивает шансы организации на успешный результат деятельности.

Говоря о немаловажной роли связей с общественностью, Ф.И. Шарков приводит в пример, насколько важен и необходим представитель PR-индустрии в каждой компании: «Позитивный образ компании экономит её затраты, а негативный намного их увеличивает. Имидж компании оценивается иногда во много миллиардов долларов. Ведущие западные компании тратят ежегодно свыше 500 млн. долл. на проведение рекламных кампаний. Нередки случаи, когда затраты на рекламу превышают затраты на его производство, оставаясь, тем не менее, экономически оправданными, потому что одна удачно найденная фраза может увеличить объем продаж в несколько раз» [2]. Таким образом, удачно поставленная рекламная кампания может дать толчок к успеху организации, а неудачная – к резкому падению результатов ее деятельности.

Таким образом, знание особенностей функционирования общества и личности может повлиять на многие сопутствующие

факторы, такие как затраты, прибыль, имидж, рейтинг, успешность, а также компетентность организации и её сотрудников.

Литература: 1. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. — М.: Академический проект, 2011. — 238 с. 2. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз / Ф.И. Шарков. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. — 332 с.

Концелидзе Дарья

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Дискурс реформ в украинской политике: степень декларативности и манипулятивности

Универсальным способом взаимодействия в обществе является язык. Если мы можем сказать, что язык суть набор символов и знаков, то, рассматривая «говорение» как процесс, имеющий направление (то есть диалог), и учитывая контекст, в котором он происходит, мы имеем дело с дискурсом.

Дискурс — это многослойный, многоуровневый феномен. Его рассматривают как форму и процесс восприятия мира посредством социально обусловленных структур, как способ социального конструирования мира посредством воображаемого отношения индивидов к реальным условиям их бытия [1]. В социальном пространстве функционирует не один дискурс. Каждый из дискурсов распространяет мнения по определённой теме. Мы будем исходить из того, что дискурс и социальная реальность взаимно влияют друг на друга. Любой дискурс в определённой мере отображает социальную реальность, то есть тот контекст, в котором он функционирует, но посредством дискурса также происходит влияние и изменение реальности. Реальность может искажаться в сознании индивидов с помощью дискурса в интересах определённой группы, которая имеет символическую власть и борется за право устанавливать номинации, если говорить в терминах П. Бурдьё.

Политический дискурс в большей степени конструирует, манипулирует социальной реальностью, чем отображает её. В сознании индивидов формируется представления и мнения по тому или иному вопросу в интересах власти. То есть группа людей может выдавать свои интересы и своё мнение как общественные потребности.

Дискурс реформ непосредственно связан с политическим дискурсом. Любая власть необходимо быть легитимной и эффективной в глазах населения. И она обещает провести такие реформы, которые приведут к справедливой и достойной жизни. В данной работе мы попытались выяснить степень декларативности и манипулятивности дискурса реформ в украинской политике. Для этого был проведён анализ статей из официальных газет украинской власти.

Декларативность в широком смысле определяется как свойство сознания, которое приводит к внешнему, формальному принятию социально одобряемых (либо всем обществом, либо значимой группой) убеждений, взглядов, принципов, целей, норм; свойство, вызывающее замещение реального принятия заявлением о принятии. Это достигается посредством введения в речевую коммуникацию готовых языковых формул (слов и фраз) – клише и штампов. Именно их нам и предстоит отметить при проведении дискурс-анализа и определении степени декларативности дискурса реформ.

Манипулятивность – это наполненность дискурса языковыми приёмами, оказывающими воздействие на сознание аудитории не посредством прямой передачи информации в смысловой нагрузке, а давлением на эмоциональный и подсознательный аспекты восприятия [2].

Нами анализировались статьи официального издания Украины «Урядовий кур’єр». Это ежедневное издание центральных органов исполнительной власти Украины, статьи которого отображают современный официальный политический дискурс страны. Именно официальная власть является инициатором реформ в стране. Политический дискурс непосредственно связан с реформами; соответственно, дискурс реформ – одна из составляющих официального политического дискурса.

Для дискурс-анализа были отобраны статьи за последние месяцы 2014 г., содержание которых касалось темы реформ в Украине. Задача – выявить декларативные элементы: пустые выражения (штампы, ярлыки), которые не отображают социальную реальность, а конструируют её. Насыщенность текста декларативными составляющими приводит к дисфункциональности дискурса. Также необходимо выявить манипулятивные приемы в статьях, которые воздействуют на сознание читающих, посредством давления на эмоциональные составляющие сознания. В данных статьях власть позиционирует себя как отличающуюся от предыдущих, а свой подход к реформированию также отличает от подхода предшественников. О реформах говорится исключительно в будущем времени. Власть ориентируется на принципы, которые якобы были провозглашены «*Револуцією гідності*»; однако под данным штампом можно провести любые идеи и принципы (*“Головним у здійсненні цих реформ є цінності, які об’єднали нас у прагненні жити за європейськими стандартами і були засвідчені перед усім світом під час Револуції гідності”*) [3]. Акцентируется внимание на “единстве” внутри властных структур и на “консенсусе” в вопросе реформирования (*“А під впливом виступу нагадав, що солідарною має бути відповідальність усіх політичних сил за виконання реформ та за долю країни”*) [4].

Власть заявляет об ориентации на “европейские стандарты”, однако содержание этих стандартов может быть разнообразным

(“Метою реформ визначено досягнення європейських стандартів життя та гідного місця України у світі”) [3].

Акцентируется внимание на «публичности», «прозрачности», «открытости» функционирования власти (*“За цими правилами, влада служить суспільству, функціонує просто, прозоро і привабливо...”*) [3]. Власть также легитимирует себя и реформы посредством частого использования понятий «Майдан» и «Революція гідності».

Можно прийти к выводу, что современный политический дискурс должен быть более функциональным, отображать социальную действительность, конструировать её в интересах не только политических дискурсивных сообществ, но и общества в целом. С помощью дискурса реформ власть *утверждает* свою эффективность, *говорит* о работе, которую нужно провести, положительных социальных изменениях.

Литература: 1. Литовченко А.Д. Дискурс как социальный феномен: попытка социологического понимания / Литовченко А. Д. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – № 577. – Харків: Видавничий центр Харківського національного ун-ту імені В.Н.Каразіна, 2003. – с. 43-50. 2. Литовченко А. Д. Декларативність як свойство дискурсу / Литовченко А. Д. // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Харків: Видавничий центр Харківського національного ун-ту імені В.Н. Каразіна, 2002. – с. 476-479. 3. Реформи набувають чітких контурів – 01.10.2014 - [Електронний ресурс] - Режим доступа: <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/reformi-nabuvayut-chitkih-konturiv/> 4. Прем'єр-міністр розказав про інструменти роботи уряду в 2015 році. – 15.11.2014 - [Електронний ресурс] - Режим доступа: <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/premyer-ministr-rozkazav-pro-instrumenti-roboti-ur/>

Кот Марина

*Черкаський державний бізнес-коледж
(м. Черкаси)*

Гендерна проблематика в соціології

Гендерна рівність — важливе питання, що проходить крізь всі проблеми сьогодення. На суспільному рівні декларовані права та можливості особистості, незалежно від статі, реально не дотримуються, упереджене ставлення й гендерна дискримінація продовжують відтворюватися. Жінки та чоловіки загалом мають неоднаковий доступ до соціальних статусів, ресурсів, привілеїв, престижу, влади. Сьогодення вимагає переосмислення місця і ролі жінок у суспільстві, їхньої рівноправної участі в усіх сферах життєдіяльності, і, зокрема, в політиці і державотворенні. Однак, сучасне становище чоловіків і жінок у суспільстві дає підстави вважати, що станеться це не скоро. Підґрунтям для такого висновку є стан гендерних відносин в економічній, соціальній, правовій та політичній сферах українського суспільства, а

також стан громадської свідомості, де досі успішно відтворюється низка глибоко вкорінених гендерних стереотипів.

Цією проблемою займалися і займаються багато науковців, таких як Л.Колберг, Е.Маккобі, К.Джеклін, А.Ерхард, С.Бем, Н.Смелзер, І.Кленіна, М.Арутюнян, М.Баскова, Н.Лавриненко, Т.Гурко та ін. Вчені виділяють три групи гендерних стереотипів. Перша група стереотипів базується на відповідних уявленнях про психологічні риси та якості особистості чоловіків та жінок - стереотипи "maschile – feminnile". Згідно з цими стереотипами чоловіки та жінки є протилежностями. Чоловікам приписується активне, творче начало, здатність вирішувати проблеми, застосовувати розвинуте логічне мислення та власну компетентність. Жіноче ж начало – природно-репродуктивне і тому жінка повинна бути покірною, залежною, емоційною.

Друга група стереотипів закріплює професійні ролі чоловіків і жінок. Для жінки головними є ролі сімейні (жінка, мати, господарка), а для чоловіків – ролі професійні. До третьої групи гендерних стереотипів вчені відносять стандартизовані уявлення, які пов'язані з відмінностями у змісті праці – жіночої та чоловічої. Місце жінки - у сфері виконавчої та обслуговуючої праці, чоловіка - у сфері інструментальної праці.

Усі три групи стереотипів тісно переплетені між собою, мають міцні позиції в суспільстві, а тому суттєво впливають на гендерні нерівності. Цей вплив є прихованим і тому дуже важко піддається коригуванню.

Становище жінки в Україні віддзеркалює процеси в усіх постсоціалістичних країнах. Інтегруючись у світове співтовариство, Україна ратифікувала міжнародні акти, спрямовані на ліквідацію всіх форм дискримінації як жінок, так і чоловіків. З розвитком України як незалежної, суверенної, демократичної держави, інтеграції її у світове співробітництво гендерна політика держави є досить актуальною. На перший план виходять такі основні напрямки: підвищення ролі жінки у політиці, у громадському, суспільно-політичному житті держави; рівноправність у зайнятості та навчанні; сервісний контроль за дітьми; юридична та фінансова незалежність жінок; протидія сексуальному гнобленню та насильству.

У контексті нових моральних цінностей незалежність, особисте зростання, розвиток внутрішнього світу жінки та чоловіка набувають першочергового значення, оскільки свобода особистості може бути досягнута тільки через саморозвиток.

Таким чином, у сучасному світі має утвердитися усвідомлення того, що загальна демократизація суспільства неможлива без досягнення гендерної рівності, а одним із найважливіших кроків на цьому шляху повинна стати гендерна просвіта громадян, передусім молоді.

Метод анализа социальных сетей: перспективы для исследования общественных движений

Метод анализа социальных сетей в последнее время завоевывает все больше сторонников в мировой социологии. Начиная с того момента, когда в 1978 г. была основана организация «International network for social network analysis» («Международное сообщество для анализа социальных сетей») а также начали издаваться специализированные научные журналы «Connections» и «Social Network», метод получил все большее распространение.

Среди его достоинств чаще всего отмечают исследовательскую гибкость – с его помощью можно изучать как само научное сообщество социологов [1], становление и подъем нацистской партии в Германии 1925-1930гг. [3], причины прихода к власти партии Медичи в 1400-1434гг. [6], визуализировать структуру предпочтения профессий [2] и т. д. В центре нашего внимания – использование метода анализа социальных сетей при исследовании различных общественных движений. Описываемый метод обладает исключительной гибкостью – он пригоден как для микро-, мезо-, так и для макроанализа. В случае с социологией общественных движений, чаще всего встречается именно мезо-уровень, при котором за единицу исследования (вершину) принимается организация, а в качестве связей выступает межорганизационный обмен различными ресурсами.

В первую очередь уточним понятие общественного движения с позиций сетевого подхода. По мнению М. Диани, общественное движение – это «сеть неформальных взаимодействий между большим количеством индивидов, групп или ассоциаций, которые задействованы в политическом или культурном конфликте, на основании единой коллективной идентичности» [4]. Отсюда можно выделить три измерения общественного движения, которые качественно отличают его от разных форм коалиций и альянсов. Это наличие/отсутствие четко определенных оппонентов; постоянный/редкий обмен между индивидами и организациями, задействованными в коллективной деятельности; сильная/слабая идентичность у членов этой сети.

Поскольку общественные движения по своей сути являются одной из форм сетевых отношений, метод анализа социальных сетей видится как наиболее целесообразный способ исследования данной области общественных взаимодействий; способ, объединяющий внутри себя различные теоретические подходы (в т. ч. теорию мобилизации ресурсов и теорию политического процесса).

Изначально разработанный как исключительно методологический арсенал для различных социальных исследований, постепенно метод анализа социальных сетей «оброс» теоретической оболочкой. Так, например, в рамках исследования общественных движений выделяется и активно разрабатывается теоретическая модель рекрутинга и потенциала участия в движении. Большинство работ в этом направлении основывались именно на сетевом методе, поскольку с его помощью стало возможным объединение индивидуального уровня принятия решения с различными структурными компонентами.

Особенностью метода анализа социальных сетей является удобство использования полученных с его помощью результатов для построения многофакторных моделей, поэтому различные исследователи выделяли множество переменных, которые влияют на принятие индивидуального решения об участии/неучастии в движении. Среди основных – предыдущий опыт активистских движений, эффективность активистской деятельности внутри движения, возможные риски, поведение авторитетов, персональная возможность участия в движении, законность используемого протестного репертуара, публичность движения и т.д. [5; 7; 8].

Конечно, как у каждого метода, у него есть недостатки. Среди них выделяют сложность исследования динамических процессов, субъективность построения выборки и определения границ сети. Несмотря на это, метод продолжает развиваться. И хоть на постсоветском пространстве метод анализа социальных сетей все еще слабо распространен, он представляется функциональным и полезным для исследования различных социальных явлений, в т. ч. для социологии общественных движений.

Литература: 1. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии / Г. Градосельская. – М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. – 248 с. 2. Печенкин В. Методы анализа социальных сетей на примере визуализации структуры предпочтений профессий / В.В. Печенкин // Социология: 4М. – 2001. – №13. – С. 60–75. 3. Anheier H. Movement Development and Organizational Networks: The Role of Single Members' in the German Nazi Party, 1925-30 / Helmut Anheier // Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action / Ed. by M. Diani, D. McAdam. – New York: Oxford University Press, 2003. – P. 49-76. 4. Diani M. Organizations, Coalitions, and Movements / M. Diani, I. Bison. // Theory and Society. – 2004. – Vol. 33. – №3/4. – P. 281–309. 5. Fernandez R. Social Networks and Social Movements: Multiorganizational Fields and Recruitment to Mississippi Freedom Summer / R. Fernandez, D. McAdam. // Sociological Forum. – 1988. – Vol. 3. – №3. – P. 357–382. 6. Padgett J. Robust Action and the Rise of the Medici, 1400-1434 / J. Padgett, C. Ansell. // American Journal of Sociology. – 1993. – Vol. 98. – № 6. – P. 1259–1319. 7. Passy F. Social Networks and Individual Perceptions: Explaining Differential Participation in Social Movements / F. Passy, M. Giugni. // Sociological Forum. – 2001. – Vol. 16. – № 1. – P. 123–153. 8. Passy F. Social Networks Matter. But How? // Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action / Ed. by M. Diani, D. McAdam. – New York: Oxford University Press, 2003. – P. 21-48.

Наркомания – глобальная проблема современности

Девиантное поведение широко исследуется современными учеными. Социологи изучают негативные формы такого поведения, так как эти проявления представляют собой проблему мирового масштаба, которая угрожает индивидам, народам и государствам. Одним из результатов отклонения от норм поведения является наркомания.

Актуальность проблемы профилактики наркомании во всём мире сложно переоценить. Она обусловлена рядом факторов: социальных, экономических, психологических и биологических. Потребление аддитивных веществ отвлекает большие материальные ресурсы из сферы экономической деятельности. В частности, в Украине наркомания является одним из наиболее эффективных источников дохода в сфере преступности и теневой экономики. Она нарушает воспроизводство рабочей силы, ведь подавляющее большинство зарегистрированных наркоманов – молодые люди социально активного возраста [1]. Люди, употребляющие наркотические вещества, не только приносят ущерб своему здоровью, но еще и социально опасны: они могут нанести ущерб окружающим в состоянии наркотического опьянения.

Особенно подвержена наркомании молодежь, для которой характерна эмоциональная неустойчивость и неудовлетворенность жизнью на данном этапе взросления. Следовательно, возникает желание уйти от реальных проблем, изменить своё внутреннее состояние. Иногда этим выражается некий протест против существующих норм. Зачастую молодежь пробует первый наркотик из любопытства или подражания другим, не зная реальные последствия наркотизации [1]. Борьба с этим социальным злом требует эффективных и скоординированных действий, поскольку, наряду с терроризмом и коррупцией, оно является основным препятствием для осуществления стремлений индивидов и народов к развитию, миру и благополучию. Решение этой проблемы требует комплексного подхода.

Для действительного снижения уровня наркомании в стране необходима специальная система профилактики наркотизма. В первую очередь она должна касаться средств массовой информации, «открытость» которых, дает широкий спектр знаний касательно темы наркотиков. СМИ должны быть более аккуратны в предоставлении информации. То же касается кинофильмов, шоу-бизнеса. Зачастую бывает, что они пропагандируют наркотики как атрибут, символ молодости, смелости, успеха. Популярные киноактеры и актрисы употребляют наркотические вещества на экранах, тем самым дают «скрытый» толчок молодежи, которая стремиться подражать своим кумирам. Разрушается негативный образ наркотиков, и даже

появляється інтерес к першій спробі їх вжиття. Стоить давати реальну правду про всіх наслідки вжиття наркотиків, щоб люди розуміли всю серйозність проблеми наркоманії. Крім цього, є вина держави в абсолютній доступності наркотичних речовин. Їм слід бути активніше протистояти агресивному маркетингу наркоторговців, розробляти нові системи і програми боротьби з наркотизмом, привертати більше уваги суспільства до даного питання, фінансувати роботу вчених для розробки лікування наркоманії.

Таким чином, наркоманія є однією з найгостріших проблем сучасності. Профілактика наркоманії – ключовий питання національної безпеки, виживання нації, отримання миру і благополуччя.

Література: 1. Рущенко І. П. Молодість і наркотики (соціологія наркотизму) / Рущенко І.П., Соболев В.А. – Харків: Торсинг, 2000.

Лісовенко Дар'я

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Особливості екологічної свідомості населення України

У ХХІ ст. екологізація людської діяльності стала не тільки гаслом, а й сенсом сучасної доби, оскільки від її успішної реалізації багато в чому залежить не лише сталий, збалансований розвиток людства, а й, можливо, саме його подальше існування. Вивчення особливостей екологічної культури суспільства допоможе краще зрозуміти ставлення громадян до екологічних проблем, їх вирішення, дізнатись обізнаність громадян у сфері екологічних питань. Ця інформація є важливою, оскільки екологізація життя людства повинна, в першу чергу, спиратись на соціальну трансформацію, а саме – екологічної культури та свідомості громадян [1].

Для оцінки ставлення людини до навколишнього середовища слід виокремити два основних індикатора: рівень екологічної культури та екологічної свідомості. Екологічна культура – це частина загальнолюдської культури, що включає в себе певні уявлення стосовно навколишнього середовища, і яка проявляється в певній діяльності людини щодо природи. Екологічна свідомість – це індивідуальна та суспільна здатність усвідомлювати нерозривний зв'язок кожної окремої людини і всього людства загалом з природним середовищем, усвідомлення необхідності використання цього розуміння у практичній діяльності [2]. Цей атрибут суспільства є ціннісно нейтральним. Екологічна свідомість – вияв екологічної культури, який зазвичай намагаються вимірювати у континуумі «високий - низький» рівень [2].

ВГО «Розвиток та довкілля» у 2011 р. провела дослідження (вибірка складала 1000 респондентів), що дає змогу певним чином оцінити особливості екологічної свідомості громадян. В цілому українці виказують високу стурбованість екологічною ситуацією, але частина населення (32 %) не усвідомлює постійної екологічної загрози здоров'ю і важливості дотримання стандартів екологічної безпеки в нашій країні. У той же час більшість співгромадян (84 %) вважають, що прості люди мають брати участь у вирішенні екологічних проблем. І тільки 7 % впевнені, що громадськість не повинна брати участь у вирішенні екологічних проблем [3]. Для багатьох українців характерне відчуття, що вони не можуть внести свій вклад у покращення екологічної ситуації. Частка тих, хто готовий брати участь у будь-яких екологічних акціях, складає 59 % і значно перевищує частку тих, які вважають, що вони своїми діями можуть вплинути на вирішення екологічних проблем (31 %). Можливо, респонденти просто не розцінюють участь у заходах з посадки дерев, прибирання парків та інше як дії, які можуть істотно вплинути на екологічну ситуацію в цілому.

Загалом, 70 % населення України займалися різними екологічними видами діяльності. Найчастіше українці намагаються мінімізувати споживання енергії (42 %) та води (40 %), вибирали екологічно дружній транспорт (32 %), рідше використовували одноразові речі (21 %), сортували сміття (17 %), купляли екологічно дружні продукти (12 %). Але необхідно зазначити, що не зважаючи на те, що 70 % респондентів ствердно відповіли з приводу виконання природоохоронних дій, українці не завжди усвідомлюють, що заходи, які вони здійснюють у процесі господарської діяльності, спрямовані й на охорону довкілля [3].

Отримані в ході опитування результати ілюструють таку ситуацію. На вербальному рівні значна частина українських громадян більше схильна до перебільшення своєї безпосередньої участі в захисті навколишнього природного середовища. Зокрема, 84 % респондентів зазначили, що прості люди мають брати участь у вирішенні екологічних проблем. Але водночас більше половини (56 %) опитуваних вважають, що вони не можуть вплинути на вирішення проблем у цій сфері. До того ж, до активних дій, участі в акціях та сплати податків, готові 59 % і 27 % громадян відповідно. Зафіксована розбіжність дозволяє говорити радше про моральну підтримку, можливо, певну міру співчуття до екологічного руху, ніж про реальне бажання наших громадян залучитися до практичних акцій в екологічній сфері.

Можна припустити, що такий стан екологічної свідомості населення України пояснюється низкою чинників. По-перше, це низька громадянська активність українців. Це характерна особливість суспільств усіх пострадянських країн, що підтверджується

соціологічними дослідженнями [4, с. 196]. Друга причина, зумовлена економічним станом нашої країни, що визначив пріоритетність стурбованості нашим населенням скоріше матеріальним забезпеченням своїх сімей, їх безпеки, а не екологічного стану довкілля. По-третє, слід сказати про недостатню розвиненість екологічного руху в нашій країні, і його зв'язків із суспільством.

Можна припустити, що зародження українського громадянського суспільства не виключатиме стурбованість проблемами екологічного характеру. Отже, це перший, *суб'єктивний* чинник можливих змін.

Інший чинник трансформації в екологічній культурі і свідомості українців – *об'єктивний* або *економічний*. Він продиктований матеріальними інтересами, тобто можливими шляхами зберегти кошти. Але не можна виключати ймовірність того, що такі дії не призведуть до певної рефлексії та закріплення цих дій як моделей поведінки. Економічна криза спричинить більш економічний, а значить – екологічний стиль життя. Об'єктивний аспект є комплексним, в ньому можна виокремити такі складові:

- все більше людей залучатиметься до енергоефективних заходів та технологій, через підвищення плати за комунальні послуги;
- люди купуватимуть менше, частіше використовуватимуть речі вторинно (так званий *secondhand*);
- будуть віддавати перевагу товарам локального виробництва, оскільки вони, частіше за все, дешевші;
- збільшиться кількість людей, що віддаватимуть перевагу громадському транспорту, а не власному автомобілю;
- залучення до вторинної переробки відходів.

Світова тенденція показує зростання інтересу до переробки відходів. Передумови до подібної динаміки наявні і в нашій державі, оскільки ТБО – дешевий ресурс, що може принести реальний дохід, а це як ніколи актуально. Так, наприклад, у Дніпропетровську активісти вже склали мапу прийому вторсировини (скла, макулатури, пластику, поліетилену, акумуляторів, жести) [5]. Можна припустити, що мешканці не будуть нехтувати заробити зайві кошти та залучаться до таких заходів.

На вербальному рівні значна частина українських громадян більше схильна до перебільшення своєї безпосередньої участі в захисті навколишнього природного середовища. Результати дослідження вказують на низьку громадянську активність українців у вирішенні екологічних питань і дають змогу припустити, що «двигуном» екологічної культури та мислення є молоді та більш освічені прошарки населення.

Події в Україні 2013-2014 рр. вказують на безумовну трансформацію суспільства. Ситуація, що склалася, вірогідно може впливає на стан екологічної свідомості громадян за рахунок суб'єктивних та об'єктивних чинників (мова йде про зростання громадянської активності та наслідки економічної кризи). Якщо перший шлях можна назвати цілком свідомим вибором громадян внаслідок більшої зацікавленості екологічним станом місця проживання, то другий, в першу чергу, зумовлений бажанням населення скоротити власні витрати. Але не можна виключати, що саме з вимушеної економії почнеться переоцінка споживацького способу життя.

Література: 1. Humphrey, Craig R., Frederick H. Buttel, Tammy L. Lewis. Environment, energy, and society: A new synthesis/ Wadsworth/Thomson Learning, 2005. 2. Платонов Г.В. Диалектика взаимодействия общества и природы/ Г.В. Платонов. – М.: МГУ, 1989. 3. ВГО "Розвиток та довкілля "Екологічне опитування-аналіз «Вивчення думки населення з питань екологічної політики України»: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dae.org.ua/ua/news/105--l-r.html> 4. Стегній О. Г. Екологічний рух в Україні: соціологічний аналіз/ Стегній О. Г. – К.: Вид. дім "КМ Академія", 2001. – 243 с. 5. Карта пунктів приєма вторсырья [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ecomap.com.ua>

Литвин Олена

*Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Стереотипізація ісламу як головна перешкода побудови міжрелігійних відносин

Іслам – одна з наймолодших та найпоширеніших релігій світу. Враховуючи різноманітність та суперечливість поглядів на сучасний та ортодоксальний іслам, його дослідження стають все більш популярними в гуманітарних науках. Останнім часом посилилася ворожнеча між людьми, що сповідують різні релігії, що призводить не лише до образливих висловлювань, а й до фізичного насилля. Одним з таких проявів може слугувати стрілянина у редакції французького журналу Charlie Hebdo після серії карикатур на пророка Мухаммеда. Необхідність попередити подібні ситуації та виключити можливість їх повторення привертає увагу до проблем толерантності та поваги.

Метою даного дослідження є виявлення стереотипів та аналіз їхнього впливу на уявлення людини західноцентричної культури про іслам та на бачення ісламського та не-ісламського світу самими мусульманами.

Іслам (з араб. – «підкорення владі Бога») як релігія сформувався у південно-західній частині Аравійського півострова у період розпаду родоплемінного ладу. Релігія започаткована і заснована

Мухаммедом ібн Абдаллахом, який у 610 р. проголосив себе посланцем єдиного Бога і попередив про майбутній всесвітній суд. Формально заснування ісламу датують 26 липня 622 р., коли Мухаммед змушений був утекти з Мекки в Медину, оскільки аристократична верхівка міста не прийняла його вчення. Іслам – монотеїстична релігія, яка має багато спільних рис з іудаїзмом та християнством. Ці дві релігії здійснили деякий вплив на створення законів ісламу. Дискусії, що оточують сучасний іслам, походження, раціональність положень та радикальність налаштування віруючих зумовлюють інтерес до цієї теми. Згідно Шаріату, мусульманин має виконувати 5 основних правил: 1) вірити в існування єдиного бога – Аллаха; 2) п'ять разів на день виконувати обов'язкову молитву; 3) раз на рік дотримуватися обов'язкового посту – Рамазану – від світанку до заходу сонця; 4) щоб звільнитися від гріхів, витрачати п'яту частину прибутку на милостиню; 5) один раз за своє життя здійснити паломництво (відвідання святих місць) до Мекки і Медини.

Сучасні глобальні технології, просування до суспільства постмодерну зумовлюють відходження не лише від певних норм Корану, а й від норм Шаріату також. Хоча вплив релігії на сучасний політичний та соціальний устрій мусульманських країн є великим, мусульмани керуються не тільки релігійними законами у політичному житті і в побуті. Однак говорячи про іслам, люди звикли транслювати стереотипи та уявлення інших про мусульман. За даними неструктурованих бесід з мусульманами вдалося виявити три основні групи стереотипів, з якими вони стикаються під час спілкування із людьми західної культури: гендерний стереотип, стереотип тотальної агресії релігії та стереотип меркантильності.

По-перше, поширеною є думка щодо відсутності в ісламі у жінки будь-якого права голосу, можливостей її самореалізації та саморозвитку. Однак положення Корану та Шаріату не змушують жінок сидіти та мовчати, навпаки: релігійні норми повністю регламентують поведінку чоловіка стосовно його дружини, особливо акцентуючи неможливість фізичного насилля та морального приниження як наодинці, так і в суспільному оточенні. Беручи до уваги дослідження 2013 року, яке зробив дослідницький центр Pew Research Center [1], можна сказати, що близько 80% жінок в ісламських країнах не проти носити хіджаб та беззаперечно слухатися чоловіка. Такі дані говорять про наявність у самій культурі певної норми покорності, яке не обмежує особистість. Уявлення про ненормальність таких відносин між чоловіком та жінкою нав'язує західний світ, приписуючи насильницьке ставлення до жінки та відсутність поваги з боку чоловіка. Коран та Шаріат говорять про необхідність належного виконання жінкою своїх обов'язків, але те ж саме вимагає чоловік від жінки й в Україні. Жінка може працювати нарівні з чоловіком, не доглядаючи при цьому за дітьми. Єдине суворе обмеження та заборона, що стосується жінки в ісламській традиції – заборона важкої фізичної праці.

По-друге, існує думка про радикальність ісламу та його прагнення підкорення усього світу. У мусульман традиційно існує розподіл на дар аль-Іслам і дар ал-Гарб, обитель миру і обитель війни. Величезна кількість мусульман звертаються до ісламу як до джерела ідентичності, сенсу, законності, розвитку, могутності і надії, що виражено гаслом "Іслам – ось рішення". Враховуючи загарбницьке минуле ісламу, існує стереотип про радикальність цієї релігії та загальну ідею помсти мусульман. Іслам проповідує толерантність до іновірців та їх свободу у виборі власного віросповідання: «Немає примусу в релігії» [2; 2:256]. Сучасний світ характеризується не лише терпимістю, а й створенням ідеальних умов для співіснування людей різного віросповідання. У джерелах релігії не існує поняття «радикального ісламу», це створена пізніше категорія, так само як «священна війна». Арабською це «Аль джихад фі Сабіл Аллах», що означає «Зусилля, труди на шляху Бога». Джихад – це зусилля, які мають метою поширення ісламу та його захист від нападок з боку супротивників, але мусульманин повинен лише захищатися, а не атакувати. Поняття джихаду описує швидше внутрішню боротьбу за право називатися хорошим мусульманином, фактично, це позначення духовного росту. Не є канонічною й ідея про існування кількох релігій, іслам – єдиний, лише різні інтерпретації пересічної людини можуть спотворено передавати сутність.

Існує також стереотип про надмірну важливість грошей для мусульман. Шаріат як один з основних законів допускає можливість надання в борг грошей або майна із обов'язковим взяттям розписки з боржника. Звідси виникла ціла теорія про меркантильність мусульман, причому багато хто випускає з уваги наступні положення: «запрещено заставлять должника выплатить долг, отдав последние вещи», «запрещено давать деньги в долг с условием выплаты роста» [3].

Це лише основні напрями в стереотипах сучасної західної людини щодо мусульманського світу. Найінтенсивнішим серед них виявився гендерний стереотип, він викликає найбільше обурення серед опитуваних. Потрібно зазначити, що існують також певні рамки мислення середньостатистичного мусульманина стосовно «західної» людини. Ці групи стереотипів часто стають проблемами при спілкуванні людей різної віри. Це проявляється у недоречних питаннях до мусульманина стосовно віри і традицій, які він може вважати образливими.

Інформанти, які проживають тривалий час в Україні (понад 5 років) мають менше проблем у комунікації з людьми іншої віри, адже звикли до певних зауважень. Опитувані зазначили, що стереотипи дуже стійкі, розвіяти їх важко. Серед мусульман, що проживають в країнах ісламського світу, спілкування з туристами ускладнюється скептичним ставленням останнім до релігії: якщо уявлення людини західної культури не співпадали з тим, що розповідав мусульманин, перевага віддавалася стереотипу.

При цьому усі опитувані зазначили, що наявність виділених нами груп стереотипів певним чином змінила їхню поведінку не лише з іновірцями, а й з людьми, що сповідають іслам. Це проявляється в обережності висловлювань, у перегляді ортодоксальних традицій та визнанні певних норм релігії негуманними та застарілими.

Суспільство трансформується не лише під впливом релігійних положень, а й під впливом уявлення про сприйняття власного віросповідання навколишнім світом. Сучасний мусульманин засуджує екстремістську поведінку та не підтримує радикальне бачення світу. В сучасному світі ісламська релігія трансформується вже під впливом зовнішніх факторів, а саме осуди світом окремих жорстких положень Корану.

Релігія повністю сформувала сучасну культуру мусульманських країн, але це не стає кінцевою крапкою у розвитку ісламських держав. Якщо релігія стає неактуальною – вона відмирає, і традиційність не стане на заваді цьому. Опитані нами мусульмани відзначають, що останніми роками спостерігається тенденція до підвищення рівня толерантності щодо ісламу та положень Корану, а також намагання уникнути непорозумінь між людьми різних віросповідань.

Опитані зазначили, що в Україні недостатньо переймаються проблемою міжрелігійної ворожнечі, а суспільство мало поінформоване про сутність різних вчень. Це створює важкі умови для спілкування та побудови взаємовідносин. Зараз можна говорити про те, що релігії вступають у нову епоху співіснування, і вона починається з конфронтації та переділення територій та сфер впливу. Якщо так буде продовжуватися далі, то ми опинимося у стані постійної агресії та насилля. Саме стереотипи стосовно положень Корану та законів Шаріату зумовлюють певну зневагу до ісламу та вороже ставлення, тому можна припустити, що при ліквідації цих стереотипів можна буде уникнути і протистояння.

Пересічна людина сьогодення більш скептична та не є прихильником ортодоксальних поглядів у віросповіданні. Суміш релігійних та світських орієнтирів створює індивідуальну систему цінностей, яку наслідує та трансформує кожна окрема особистість. Наявність стереотипних уявлень щодо ісламу дають нам два шляхи для розвитку: піддатися їх впливу та почати нескінченну ворожнечу релігій або відмовитися від них та створити по-справжньому мультирелігійне суспільство. Якщо обидві сторони вірогідної конфронтації (мусульмани та люди західноцентричної культури) усвідомлять наявність проблем та шукатимуть шляхи їх вирішення, безпосереднє зіткнення двох світів нам не загрожуватиме. Однак для цього необхідні науково обґрунтовані форми зняття таких конфліктів.

Література: 1. <http://www.golos-ameriki.ru/content/sociology-of-islam/1652194.html>. 2. Коран: переклад І.Ю. Крачковського, «Северо-Запад Пресс», Москва – Санкт-Петербург, 2004. – 520 с. 3. http://tannarh.narod.ru/publ/lichnost/religija/zakony_shariata/21-1-0-115

Роль интракоммуникационного менеджера в современной организации

В современном постиндустриальном обществе в условиях быстро развивающейся конкуренции, научно-технического прогресса, а также нестабильной экономической и политической ситуации, происходит переоценка внешних и внутренних ценностей организации, рождаются новые требования к системе управления организацией, ведется поиск новых, инновационных подходов и технологий.

Главной ценностью любой организации, вне зависимости от масштаба и вида деятельности, является человеческий капитал. От того, насколько он будет лоялен к организации, во многом зависит успех ее развития. Понимание стратегии организации, ее долгосрочных и краткосрочных бизнес целей, своей значимости и планов развития напрямую зависит от коммуникационной политики организации, ключевую роль в которой играют технологии внутреннего PR - интракоммуникации. Грамотно выстроенные технологии такого плана обеспечивают эффективное взаимодействие внутри коллектива, существенно повышают принятие управленческих решений для обеспечения целостного функционирования организации в условиях современного общества.

Сегодня возрастает роль интракоммуникационного менеджмента, управляющего информационными потоками внутри организации как генератора проактивной позиции, понимающего, насколько важно вовремя делиться информацией для достижения стратегических целей организации, своевременного реагирования и получения обратной связи для последующего анализа, и минимизирования возможных рисков. В Украине зарождается тренд, когда профессия «интракоммуникатор» успешно отвоевывает себе место в современной корпоративной иерархии. Однако вопросы о том, где готовят данных специалистов, что относится к их области ответственности, какие требования к ним предъявляют современные топ-менеджеры, остаются открытыми.

Коммуникатор – это профессия будущего, статус которой будет возрастать при продвижении к информационной цивилизации. В перечне специальностей, по которым проводится подготовка специалистов в высших учебных заведениях, специальности «интракоммуникатор» нет. Можно предположить, что ее частично заменяют специалисты по направлениям: «менеджеры по связям с

общественностью», «менеджеры по управлению персоналом», «имиджмейкеры», «менеджеры по рекламе» и др. Все они так или иначе связаны с коммуникационным процессом, управляют отдельными его звеньями, однако не реализуют его в целостности.

Должности, на которые приглашаются кандидаты подобного рода, как показал проведенный нами контент-анализ сайта поиска работы № 1 в Украине (www.work.ua) за 2014 г. (в выборочную совокупность вошли 43 организации, территориально расположенные в центральной, восточной и юго-западной части Украины (г. Киев, г. Харьков, г. Днепропетровск, г. Донецк, г. Черновцы)), сохраняют как традиционное восприятие подобного рода функций в организации, так и соответствующее инновационным тенденциям. Так, уже сегодня в значительной части вакансий позиция интракоммуникатора представлена как самостоятельная единица в организационной структуре - специалист/менеджер по внутренним коммуникациям (60,5 %). Однако сохраняется тренд отождествления подобного специалиста с менеджерской позицией в области связей с общественностью (13,9 %) и управления персоналом (9,3 %). Есть организации, где функции построения системы интракоммуникаций вменяются дополнительно непрофильным специалистам, таким как: ассистент руководителя, дизайнер, журналист, другие (9,3 %). Появляется спрос и на специалистов по электронным коммуникациям (7 %).

Анализ потребностей и реальных практик позиционирования специалиста по интракоммуникациям в организациях показывает, что он, в силу специфики своей деятельности, обязан вникать во все тонкости функционирования организации с тем, чтобы сделать коммуникацию максимально эффективной. К области ответственности данной должности относятся: формирование единого информационного пространства организации; построение эффективной системы обратной связи, обеспечение прозрачности структуры организации за счет улучшения взаимодействия между всеми ее подразделениями; развитие корпоративной культуры; построение системы коммуникационной поддержки проектов и инициатив внутри организации; внутренний HR-брендинг.

Требования, которые выдвигают украинские компании-работодатели к кандидатам на должность специалистов по интракоммуникациям, указывают на то, что это работа для людей с организаторскими способностями, внимательных к деталям, способных быстро реагировать на форс-мажорные ситуации, стрессоустойчивых, творческих, умеющих грамотно излагать свои мысли и писать интересные тексты для целевой аудитории. Указанные качества, по данным нашего исследования, конкретизируются в таких

требованиях работодателей к кандидатам: опыт организации и проведения корпоративных мероприятий (30 %), продвинутый английский (16 %), грамотная устная и письменная речь (16 %), наличие редакторских (копирайтерских) навыков (14 %), высшее образование (12 %) и опыт работы с презентациями (12 %).

Таким образом, роль менеджера по интракоммуникациям в конструировании эффективной организации в условиях постмодерна значительно возрастает, однако тем самым открывает перед бизнесом и высшей школой ряд вопросов о подготовке, развитии и совершенствовании данных специалистов. От организаций сегодня требуется четкое понимание как формальных, так и неформальных маркеров для интракоммуникационного менеджера в контексте тенденций развития современности.

Мальцева Мария

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Молодёжь и её свобода: реактуализация наследия

Дж. С. Милля

Когда ты живёшь в XXI в. и со всех экранов тебе твердят, что свобода – это наивысшая ценность, которую тебе гарантируют, может казаться, что ты действительно свободен. Но это далеко не так. Что мы, современные люди, собственно, вкладываем в понятие «свобода»? Казалось бы, мы живём в развитом демократическом обществе, мы не обременены религиозными догмами или тоталитарным политическим режимом, и поэтому наше поколение должно знать о свободе намного больше, чем наши родители, деды и прадеды. Но вот парадокс: у нас настолько извращённое понимание о свободе, что порою мы называем свободой настоящие рабство.

Существует мнение, согласно которому тот имеет больше свободы в современном обществе, кто имеет больше денег и власти, то есть сегодня ставится знак равенства между «свободой» и «материальным благополучием и властью», хотя это противоположенные понятия. Чем больше денег и власти сосредоточено в руках одного человека, тем больше ответственности на него возлагается; чем больше ответственности, тем больше ограничений. Здесь понимание свободы упрощается, она сводится к материальному. Критики этой точки зрения утверждают, что истинная свобода – это нравственное, духовное начало, которое мы утратили потому, что материальные ценности ставятся выше духовных. Мы не ценим по-настоящему данные нам возможности самовыражения и всестороннего развития, зато очень высоко ценим богатство и высокое социальное положение.

В статье Дж. Ст. Милля «О свободе», которая была написана ещё в XIX веке, утверждается, что свобода как таковая включает в себя: свободу мыслей и высказываний, свободу выбора образа жизни и свободу собраний. Формально современное общество обеспечивает своим членам и первое, и второе, и третье. Но что происходит в украинском обществе на практике?

Выражение собственного мнения подразумевает под собой не бессодержательные выступления, а аргументированное доказательство той или иной точки зрения относительно какой-либо проблемы. Для того, чтобы высказывать своё мнение, нужно прежде всего убедиться в его относительной адекватности реальной ситуации, что мы редко делаем. Имея доступ к любой информации, мы не желаем узнавать больше, чем от нас требуют, или больше, чем нам позволяют. Мы не анализируем информацию, принимая её такой, какой её подают, вследствие чего наше мнение не является в полном смысле нашим собственным, оно представляет собой разновидность шаблона. По сути, сегодня сложилась социологически интересная ситуация, когда у всех есть возможность выразить своё мнение, но выражать нечего. Способом преодоления этого конфликта является участие в дискуссиях (реализуемое в свободе собраний), которое формирует критическое отношение к любой точке зрения, так как требует умения доказать и оспорить как своё, так и чужое мнение. Не важно, считает Милль, какое мнение ты отстаиваешь – правильное или ошибочное, – истина рождается в споре.

Что касается свободы выбора образа жизни, Дж. С. Милль пишет: «Тому, кто позволяет миру выбрать для него план жизни, не нужно никаких способностей, кроме обезьяньего подражания. Тот, кто выбрал план сам, использует все свои способности: наблюдательность, чтобы видеть; размышление, чтобы предвидеть; активность, чтобы собирать материал для решения; умение различать, чтобы решиться; а когда решился – твердость и самоконтроль, чтобы не изменить решению» [1]. Однако современный молодой человек в большинстве случаев не планирует собственную жизнь сознательно, а позволяет обществу, родителям, окружающим выбирать для себя образ жизни, перекладывая тем самым ответственность на других. Можно сказать, что для него характерны боязнь что-либо менять безынициативность, нерешительность, слабоволие; с другой стороны, не делать никого выбора – это тоже своеобразный выбор.

В современном обществе, где есть много возможностей пользоваться свободой, человек сам сужает для себя рамки дозволенного, тем самым давая возможность другим контролировать свою жизнь. Здесь нарушается главный принцип свободы Дж. С. Милля: «Моя свобода заканчивается там, где начинается свобода другого человека» [1]. Пренебрежение собственной свободой создает условия для вторжения в эту свободу тех, кто желает манипулировать людьми в корыстных целях.

Литература: 1. Милль Дж. О свободе / Дж. С. Милль; пер. с англ. // Наука и жизнь. – 1993. – № 11. – С. 10-15; № 12. – С. 21-26.

Михайльова Анастасія
*Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія» (м. Харків)*

Кар'єрна стратегія у сучасному українському суспільстві: сутність та основні маркери реалізації

Сучасні трансформації суспільства торкаються всіх соціальних суб'єктів, в т. ч. особистості. Остання, відчуваючи на собі макроперетворення, змінює свої пріоритети на мікрорівні – уявлення, поведінку, цінності тощо. Такі перетворення мають місце у всіх сферах та напрямках її життєдіяльності. Одне з них, що має стратегічне значення для особистості, – кар'єрна стратегія. Кар'єрна стратегія концентрує у собі динамічну сторону кар'єри, пов'язану із соціальною мобільністю. Частіше за все під кар'єрною стратегією розуміють «організацію кар'єри таким чином, щоб сам засіб просування забезпечив би оптимальне використання мотиваційних механізмів й послаблював дію стримуючих факторів» [1; 2].

Завдяки інтеграції підходів до розуміння стратегії та феномену кар'єри, ми можемо визначити кар'єрну стратегію як уявлення індивіда щодо довгострокових пріоритетних статусних позицій та ролей у своїй сфері діяльності та засобів їх досягнення.

Кар'єрна стратегія передбачає: конструювання образу професійної діяльності; вибір пріоритетного напрямку; визначення основних цілей та етапів кар'єрних досягнень; планування засобів досягнення професійних цілей та завдань на основі інтеграції індивідуальних здібностей, статусних та вікових можливостей; задоволення індивідом потреб у ході свого професійного життя тощо [2; 3]. Відповідно ці маркери можуть розглядатися як емпіричні індикатори кар'єрної стратегії.

Восени 2014 р. ми провели пілотажне опитування працюючого населення Харкова¹ за зазначеними вище критеріями. Результати дослідження показали, що на початку трудового шляху для більшості респондентів найбільш важливим пріоритетом виступала можливість забезпечити себе та своїх близьких матеріально (54,6 %). Як значущі в професії сприймалися також можливість займатися улюбленою справою (45,4 %), максимально реалізувати свій потенціал (41,7 %), праця у доброму колективі (38,9 %), впевненість у завтрашньому дні та можливість бути незалежним, самостійним (по 35,2 %).

¹Методом анкетування опитано 120 працюючих мешканців Харкова

Щодо сучасного етапу сприйняття професійної діяльності нашими респондентами було виявлено, що найбільш значущим пріоритетом є матеріальне забезпечення (68,8 %). Важливими виступають можливість займатися улюбленою справою (46,1 %), впевненість у завтрашньому дні (43,7 %), можливість особистісного самовдосконалення (38,9 %), можливість максимально реалізувати свій потенціал (38,1 %) та удосконалення професіоналізму (36,3 %).

Безумовно важливою складовою кар'єрної стратегії особистості є її кар'єрні мотивації. Як продемонструвало наше опитування, найбільш значущими серед них є такі: отримувати хорошу матеріальну винагороду (92,1 %), відчувати себе хорошим фахівцем (91,1 %), стабільність у роботі (86,5 %), бути корисним (85,6 %) та нести відповідальність за виконувану роботу (83,7 %).

І ще одна важлива складова кар'єрної стратегії – її результативність, успішність. Як продемонструвало опитування керівників організацій м. Харкова², найбільш значущі характеристики успіху працівника такі: постійне нарощування професійних зв'язків (73 %), висока швидкість кар'єрного просування (64 %), швидка адаптація до трудового середовища і колективу (62 %), а також сформована мотивація на професійну самореалізацію і кар'єру (56 %).

Таким чином, сучасні кар'єрні стратегії можуть бути описано завдяки таким маркерам, як: можливість забезпечити себе та своїх близьких матеріально, можливість займатися улюбленою справою, максимально реалізувати та розвивати свій професійний потенціал, а також сформована мотивація на кар'єрне зростання.

Література: 1. Зайцев Г. Г. Управление деловой карьерой / Г. Г. Зайцев, Г. В. Черкасская. – М. : Академия, 2007. – 252 с. 2. Карьерная стратегия и ее планирование [Електронний ресурс]. Режим доступа: http://infomanagement.ru/leksiya/karyernaya_strategiya_i_yee_planirovanie – загол. з екрану 3. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – 328 с.

Музичук Ніна

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Професія як ціннісний орієнтир сучасної молоді

Людина прагне самореалізації. Ствердитися в житті – це мрія багатьох, адже досягти успіху означає задовольнити власні амбіції, бути незалежним. Проте існують різні способи самоствердження, їхній вибір залежить від пріоритетів індивіда. Для когось на першому місці стоїть

² Методом анкетування опитано 150 молодих фахівців та 45 роботодавців Харкова (грудень 2013 р.)

родина, діти. Такі люди прагнуть бути гарними сім'янинами, мати велику родину, створювати родинний затишок та забезпечувати дітей усім необхідним. Проте є й такі, хто прагне стати найкращим в обраній професії, досягти найвищого щабля кар'єри.

Молодь – та рушійна сила будь-якої держави, яка буде майбутнє. Від того, які життєві цілі, які цінності обере для себе молодь, залежатиме життя цілих поколінь. Тому дуже важливим є соціологічні дослідження та аналіз ціннісних орієнтирів молоді, чим займаються О. Гудзенко, Л. Сокурянська, В. Кіпень та ін.

В сучасному суспільстві, коли на думку людини впливають чимало факторів, важко зорієнтуватися та обрати саме те, що притаманне саме окремій особистості. Визначення напряму подальшого розвитку – особистий вибір кожного, який ми робимо у період, коли закінчуємо школу. У цей період, який ще не є дорослим життям, швидше першим ступенем до нього, наші світоглядні позиції тільки формуються. На них впливає думка батьків, вчителів, друзів, реклама та кіноіндустрія. До того ж сьогодні, коли країна переживає важкі часи, те, що колись було стабільним, має хиткі позиції, що також враховується молоддю при виборі ціннісних орієнтирів. У такому віці люди особливо піддаються впливам «зовнішнього світу» через ще неповну сформованість своїх особистостей. «В умовах суспільства, що трансформується, суттєво змінюються самооцінки та ставлення особистості до себе як до соціального суб'єкта, який включений у різні осередки соціального організму, що призводить до значних змін у процесах (само)ідентифікації сучасної людини» [1].

Отже, формування ціннісних орієнтацій є тривалим і складним процесом, оскільки залежить від багатьох факторів. Вибір життєвих орієнтацій є індивідуальним, частиною становлення людини як особистості. Ціннісні орієнтири опосередковуються соціальним оточенням, матеріальним станом, особистими якостями та іншими параметрами. Зазвичай, на першому місці стоять такі цінності як родина, здоров'я, але зараз ми спостерігаємо ріст іншої цінності. Професія, професійний розвиток останнім часом усе більше зацікавлює молодь.

Дослідження Л. Сокурянської, проведені у 2001-2009 рр., свідчать, що така цінність, як «цікава, творча робота» займає одну з найвищих позицій серед запропонованих респондентам. Увага молоді до цієї цінності зростає. Професія – це, перш за все, шлях до забезпечення матеріальними благами себе та своїх рідних, робота – основний засіб виживання. Тому те дивно, що багато молодих людей прагнуть обрати таку професію, яка б приносила гарний прибуток. Професія – це також спосіб самореалізації, яка є метою життя, відтак, робота може бути творчою та цікавою. Крім того, ринок праці якісно розширюється, отримання освіти з будь-якої спеціальності стає більш доступним, не кажучи вже про поширення неінституціалізованих форм отримання знання (Інтернет).

Не можна однозначно сказати, позитивними чи негативними є наслідки такої зміни в структурі цінностей молоді. Формування ціннісних орієнтацій – динамічне явище, оскільки кожне нове покоління засвоює цінності попереднього крізь призму власного сприйняття, додаючи власні. Цей процес зміни ціннісних орієнтацій безпосередньо пов'язаний із змінами в усіх сферах життя конкретного суспільства.

Література: 1. Українське студентство у пошуках ідентичності: монографія / За ред.В. Л. Арбеніної, Л. Г. Сокур'янської. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 520 с.

Нехаєнко Оксана

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Мифологизация сознания современного человека

Вопросы природы сознания долгое время рассматривались философией. Сегодня существует множество концепций и теоретических моделей, которые в той или иной степени затрагивают эту тему. Важно рассмотреть особенности развития современного и архаического мифологического мировоззрения с точки зрения социологии. Подобный анализ позволит, во-первых, глубже понять роль мифологического сознания в трансформационных процессах общества, во-вторых, определить статус мифологического сознания в сложной системе философско-социальной теории.

Под мифологическим сознанием подразумевается определённый способ отражения мира, присущий человеку. Он пронизывает всю человеческую историю, от ранних ее этапов до современности. Знание мира, которое свойственно мифологическому сознанию, – это знание о сакральности (изначальной и нерационализируемой священности) мира, коллективное творение, способное противостоять индивидуальной психике как особый и своеобразный мир – как «идеальный мир» или как некий «идеализированный мир».

Что касается особенностей мифологического сознания, то его характеристиками являются замкнутость и неоспоримость. Человек, обладающий мифологическим сознанием, не способен мыслить критически. Такому типу сознания присуща сакральная форма знания: мир, нормы и ценности бытия человека представлены опосредованно, сквозь призму сверхъестественного, поэтому человек лишается способности видеть и оценивать мир критически.

Говоря о современном мифологическом сознании, отметим, что его формирование происходит под мощным влиянием СМИ и массовой культуры. Зарождение этих процессов обозначилось в конце XX в.; именно тогда информационное влияние достигло новых масштабов и открыло исключительные возможности для управления

социальным поведением, трансформации духовной жизни людей. Средства массовой коммуникации стали силой, формирующей мышление и сознание населения. Механизм информационного управления апеллирует к человеческим слабостям и созданию иллюзий в сознании. Современные СМИ выступают в качестве катализаторов и проводников идеологических мифов, таким образом, создают ситуацию «глобализационного взрыва». Если архаическому мифологическому сознанию присущи некоторая тотальность и замкнутость, то для современному – фрагментарность.

Известно, что особенностью телевидения, является его «мозаичность». Зритель попадает в ситуацию, где перед ним развивается некое действие, в ходе которого вне какого-либо смыслового стержня объединяются различные блоки информации. Сознание человека в такой ситуации, главным образом, ориентировано не на анализ и созерцательность, а на ускоренное поглощение информации. Посредством системы средств массовой информации индивид получает поток случайных и обрывочных сведений; в результате чего сознание сосредоточено на поверхности явления, не подвергая полученную информацию критическому осмыслению.

Современные мифы имеют принципиально иной характер по сравнению с древними. В древности мифы были необходимы из-за того, что информации о мире было мало и необходимо было заполнить те пробелы, которые формировались в сознании человека. При этом заполнялись они вполне естественным образом, без целенаправленного конструирующего воздействия извне. Современные мифы формируются в среде информационного изобилия: при помощи СМИ у индивида искусственно создаются конкретные образы и представления. На смену целостному восприятию мира приходит «клиповое сознание»; человек не стремится к глубокому познанию процессов и объективности. Эти факторы обеспечивают более легкий процесс управления массами. Естественно, это уже не традиционное понимание мифологического сознания, о котором можно говорить применительно к архаическому обществу. Но, по сути, функции неизменны – важно подчинить общественное сознание, чтоб обеспечить управляемость.

Для формирования современных мифов часто используются языковые практики. В качестве примера обратимся к понятиям «демократия» и «нация». Эти понятия имеют десятки значений и при определённом контексте могут быть использованы как основа для идеологий. При этом операционализировать приведенные понятия сложно. Подобные термины мы слышим регулярно по радио, с экранов телевизоров, видим на газетных страницах. Соответственно, в сознании человека укореняется не понимание, а представление, образ, связанный с конкретным термином или понятием. Индивид не задаётся целью выйти за рамки привычной трактовки процесса или явления. Подобное некритическое восприятие действительности даёт начало формированию новых мифов.

Несмотря на то, что современное мифологическое мышление существует в принципиально иной форме, его функции остаются такими же, как и у архаического мышления. Описанный подход спорный, но рассматриваемая проблема не утрачивает своей актуальности, ведь апеллирование к иррациональному было и остаётся одним из самых эффективных способов подчинения масс. Этим и продиктована необходимость изучения социологом не только социальных аспектов поведения, но и антропо-психологических моментов, связанных с формированием сознания. Социогенез не может рассматриваться в отрыве от антропогенеза, неотъемлемой частью которого является эволюция мышления. Часто процессы антропосоциогенеза остаются вне сферы интересов социологов, хотя анализ этапов становления человека и общества может позволить социологам понять причины формирования и механизмы функционирования различных социальных структур и феноменов.

Овчинников Микита

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Мас-медіа: політичні стереотипи про Україну

В інформаційному суспільстві підвищуються політична роль засобів масової інформації. За допомогою ЗМІ влада реалізує ряд завдань, пов'язаних із процесом засвоєння громадянами політичних норм і цінностей, тому мас-медіа має великий вплив на процес формування політичних уподобань, відіграючи роль джерела та координатора потоків інформації. Нерідко це призводить до того, що ЗМІ мимоволі, а найчастіше свідомо, спотворюють реальну картину подій, що негативно впливає на масову свідомість і призводить до її радикалізації та появи політичних стереотипів. Вивчення медіа-сфери України і сусідніх країн, особливо в умовах нинішньої політико-економічної кризи, є однією з головних передумов ефективного подолання політичних стереотипів. Щоб краще зрозуміти, яку роль відіграють ЗМІ у формуванні стереотипів про Україну, слід проаналізувати сучасні політичні новини та те, як вони впливають на масового глядача.

Об'єктом нашого аналізу є російські ЗМІ, а саме телеканал «Росія 1», предметом – новини про Україну. Ми виділили основні теми, що висвітлюються в порядку денному. Теми новин (спостереження з 01.03.15 по 24.03.15): 1.України як держави не існує. Це "failed state". 2. Населення Західної України – «бандерівці». 3. ЄС – втілення світової агресії проти Росії. 4. Крим приєднано легітимно (відзначення року з дня великої перемоги Кримського референдуму).

На сьогодні переважна більшість російських глядачів цього каналу упевнена в тому, що Україна є сателітом Росії, який не зможе прожити без підтримки РФ. Поширенню цієї думки сприяє і

приписання Росії політичних, економічних та культурних надбань СРСР і УРСР, зокрема. Україну розглянутий ЗМІ описує фактично як failed state ("неспроможну державу") – номінально суверенну державу, яка втратила фізичний контроль над своєю територією, можливість проводити внутрішню політику і здатність взаємодіяти з іншими державами як повноцінний член міжнародної спільноти. Тому боротьба українців за вступ до ЄС є несподіванкою для Росії.

Професійним складанням списку failed states займається американський Фонд миру (Fund for Peace), заснований в середині ХХ ст. Держави оцінюються за різноманітними критеріями, формується рейтинг, де на перших місцях – "недїездатні країни", а на останніх – найбільш успішні. Україна серед 177 держав, які увійшли до рейтингу в 2014 р., знаходиться на 110-му місці, в той час як Росія є лише 71-ю. Відтак, презентація України як failed state слугує меті негативної стигматизації нашої країни у свідомості глядача.

Наступної темою російських ЗМІ, що відповідає черговому стереотипу про Україну, є новини про фашистські настрої Західної України та культ Степана Бандери. Виникає поняття «бандерівці», яким позначають усе населення західної України. Столицею бандерівців є Львів, саме на цій території розвиваються радикальні настрої українського націоналізму (вбивають російських людей і ледве не стріляють у всіх, хто говорить російською мовою).

Однак згідно опитування компанії "Соціоінформ" та дослідження Київського міжнародного інституту соціології, які проводились у 2014 р. у Львівській області серед населення віком від 18 років (N=800), менше 20% асоціюють себе з бандерівцями, а більше 30% людей відмовляються відносити себе до категорії «западенців». Натомість ця категорія стверджує свою належність до просто українців – таких самих, як ті, що живуть у Центрі або на Сході України. Більше 80% опитаних толерантно відносяться до іншомовних людей, відзначаючи той факт, що Львів є туристичним містом.

Розглянутий ЗМІ стверджує, що Майдан і ЄС – це прояв світової агресії проти Росії. Вступ до ЄС потрібен насамперед не самій Україні, а Західній Європі та США, щоб бути ближчими до Росії та послабити її як державу. Світова підтримка України і фінансові транші надаються для озброєння української армії та подальшого поширення воєнних дій на територію РФ. Однак, якщо поглянути на план економічних витрат країни на 2015 р., можна побачити, що міжнародні фінанси спрямовано на відновлення внутрішньої економіки, сплату попередніх зовнішніх боргів та урегулюванні дій на сході країни. Мінські угоди та надання особливого статусу ДНР і ЛНР не лише спростовують думку про поширення воєнних дій на територію РФ, а й ведуть до припинення громадянської війни на території України.

Останній стереотип, який ми розглянемо і який став актуальним після річниці Кримського референдуму, – це суцільна впевненість російського ЗМІ в легітимності приєднання Криму до Росії. Мова йде не про історично-територіальну, або навіть національну,

приналежність Криму до Росії, а саме про офіційну частину підписання угоди про входження Криму до складу Росії. Угода була підписана В. Путіним та мером Севастополя О. Чалим, прем'єр-міністром Криму С. Аксьоновим і головою Держради Республіки Крим В. Константиновим після референдуму. Але за Конституцією України, яка діяла на той час в АРК, головним органом управління є Верховна рада АРК, а посади мера Севастополя і власне Держради Республіки Крим не існує взагалі.

Хоча поширеність виокремлених нами стереотипів серед глядачів каналу «Росія 1» потребує окремого дослідження, можемо підсумувати, що діяльність мас-медіа інших держав підпорядкована меті формуванні політичних стереотипів про Україну. Слабка правова захищеність медіасфери робить її залежною від зовнішніх чинників. У цьому контексті необхідно вдосконалювати інформаційне законодавство і посилювати вимоги до якості інформаційного продукту. Вважаємо також необхідним подальше вивчення як впливу ЗМІ інших держав на українського глядача, так і самої української медіасфери.

Паронікян Анжела

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
(м. Харків)*

Вірменська діаспора в Україні: особливості самосвідомості

Як відомо, однією з ознак етносу є етнічна самосвідомість, тобто уявлення деякої групи людей про себе як про народ. Базовим елементом етнічної самоідентифікації є спільність мови, культури та побуту.

Мова є ключовим фактором у визначенні етнічної групи в різних наукових концепціях. У процесі ідентифікації етнокультурних норм найбільше значення має мова, яка є фактором спільноетнічної ідентичності, та відображується в ній в якості культурних уявлень про етнічну мову. Етнічна мова є ознакою етносу. Він же і створює основу внутрішньоетнічної нормативної єдності, обслуговує комунікацію етносу в цілому, забезпечує соціальну взаємодію і соціальнокультурні відносини в процесі комунікації між усіма членами етносу, що належать до різних соціокультурних верств [1, с. 26-29].

Мові належить визначна роль у формуванні національної приналежності. Спільність мови прив'язує індивідів до джерела, яке в будь-який момент може бути актуалізоване, яке містить в собі спільні дії обміну, дискурсивного спілкування між цими індивідами. Одним з важливих чинників у даному випадку є саме національна мова. Формування та підтримка відносин, що утворюють соціальний ландшафт, відбувається в мові, саме тому мова здійснює основну координацію соціальних дій. Мова являє собою основну середу визначення, збереження і передачі соціального досвіду, а також інструмент об'єктивації суб'єктивних значень. Мова надає

індивідуальним переживанням інтерсуб'єктивне значення. Вона є знаковою системою, в рамках якої формуються всі соціальні відносини.

Мова відіграє важливу роль у національній та етнічній диференціації, тому що вона охоплює своїм впливом не тільки духовне буття тієї чи іншої спільноти, а й забезпечує відчуття взаємної компліментарності і відмінності від інших націй і етносів. Отже, національну й етнічну ідентичність необхідно розглядати в тісному зв'язку з мовою, тому що саме вона є одним з найважливіших умов існування будь-якої соціальної спільноти [2]. Тому важливим аспектом у процесі адаптації вірменського етнічного суспільства в Україні є мовне середовище. Під мовним середовищем ми розуміємо суспільство в аспекті його впливу на засвоєння іншомовними індивідами нерідної мови, що знаходяться в країні відповідного етносу. Мовне середовище сприяє оволодінню другою мовою, і в це поняття включаються не тільки люди, а й мова, передана по телебаченню, газети, письмові вивіски, оголошення та багато іншого. У деяких випадках вплив мовного середовища може призвести до витіснення рідної мови [3, с. 148]. Можливо, саме тому значущим вектором життєдіяльності вірменської етнічної спільноти в Україні є збереження та популяризація національної культури та мови.

Наприклад, не так давно Союз вірмен України розпочав активну програму зі створення вірменського книжкового фонду, а молодіжні вірменські організації постійно проводять літературні вечори, виставки і зустрічі, тематичні конференції та всілякі проекти, у великих містах України є вірменські недільні школи, фінансовані громадами, які навчають дітей національній мові та літературі. Окрему увагу варто приділити Вірменській григоріанській церкві як культурно-мовною центру. У вірменських церквах служби проводяться на національній мові, поширюється вірменська газета серед прихожан, при церкві зазвичай діє вірменський хор і танцювальний ансамбль.

Не дивлячись на іноетнічне оточення, вірменська мова є невід'ємним компонентом мовного середовища вірмен в Україні, і її не можна розглядати поза етнічної самоідентифікації вірмен. А це дає нам змогу більш детально вивчати це питання вже за допомогою емпіричних методів дослідження.

Література: 1. Ли Н.Г. Корейская диаспора как этническая общность / Н. Г. Ли // Теория и практика общественного развития. – 2012. - №1. – С. 26-29.
2. Евсеева Л. Н. Роль языка в формировании национальной идентичности: автореферат дисс. на соискание уч. степени канд. философских наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / Л. Н. Евсеева. – Архангельск, 2009. – 21 с.
3. Панькин В. М. Языковые контакты: краткий словарь / В .М. Панькин, А.В. Филиппов. – Флинта: Наука, 2011. – 160 с.

Суспільні досвіди «пострадянських людей» в сучасній Україні

Дослідницьке питання: «За якими параметрами соціокультурний тип особистості "пострадянська людина" відрізняється від ідеального та реально-існуючого у СРСР типів "радянська людина", а також якими є площини його сумісності з цими феноменами?»

Ідеальний тип соціокультурного конструкту "радянська людина" змодельовано, спираючись на збірку приписів комуністичної моралі, яка вийшла друком під назвою "Моральний кодекс будівельника комунізму". У ній міститься низка положень, які регламентують моральну поведінку громадянина СРСР. Тобто, цей кодекс можна прийняти за основу конструювання ідеального соціокультурного типу особистості "радянська людина".

Представники соціокультурного типу особистості "людина радянська", який реально функціонував у СРСР, мали такий набір характеристик:

- індивід, який готовий служити державному апарату, некритично сприймав владу та був осторонь несхвалених владою проявів вільнодумства (страйків, мітингів, демонстрацій);
- страх виявити індивідуальність поряд з підкоренням колективним цінностям, уприватненість та соціальна пасивність, практики прикидання та мисленнєво-діяльнісна двоїстість: декларування високоморальних цінностей, які делегувала комуністична ідеологія поряд з недотриманням їх поведінково;
- підвищене очікування на соціальний захист з боку держави з мінімальними затратами власних сил, проте з вимогами щодо трудової стабільності та високої заробітної платні;
- індивід, який навчений жити в некомфортних умовах, очікувати найгіршого, бути готовим до жертв та готовим інших прирікати на жертви.

Існуючі представники соціального типу "пострадянська людина", які є включеними у соціальну структуру України, наділені наступними характеристиками:

- це люди, які в переважній більшості здобули середньо-спеціальну освіту в професійних училищах;
- це люди, професійна зайнятість яких носить переважно колективний характер;
- це люди, які вважають історію СРСР важливою для України та українського суспільства;
- люди, які схвалюють використання політики "сильної руки";
- люди, які вважають за доцільне підвищити рівень соціального забезпечення з боку держави;

- люди, які цікавляться політикою;
- люди, які не беруть участі у політичних демонстраціях;
- люди, які не є суспільно активними та які не довіряють громадським організаціям;
- люди, які є прихильниками комуністичної ідеології;
- люди, які є прихильниками радянського типу політичної системи.

"Пострадянські люди", на відміну від ідеальних радянських, є асоціальними, соціально-пасивними. Соціальна активність виражена лише одностороннім зв'язком з державою (патерналістські очікування).

Відмінності соціокультурного типу особистості "пострадянська людина", який існує в українському суспільстві, та ідеального типу "радянська людина", згідно з положень "Морального кодексу будівельника комунізму", полягають у викривленому сприйнятті цих положень. Адже ряд ознак цього ідеального типу спирався на суспільне і колективне надбання, сумлінну працю на користь суспільства та на примноження суспільного добра. Поряд з цим, представники соціального типу особистості "пострадянська людина" очікують дій від держави та суспільства, що повинні покращити їм життя. Тобто, спостерігаємо відхід особистості від активної самореалізації до пасивного споглядання та очікування.

Суттєві відмінності між громадянами України, які ідентифікують себе з радянськими людьми та громадянами СРСР, полягають у тому, що у Радянському Союзі більшість громадян не цікавились політикою, але були втягнені в політичне життя країни (демонстрації, з'їзди, марші), натомість члени сьогочасного українського суспільства дедалі більше цікавляться політикою, проте дедалі рідше приймають участь у політичних акціях та демонстраціях.

Характеристикою, яка об'єднує як ідеальний та реальний типи «радянської людини», так і тип «пострадянська людина», є дуальність у морально-етичних стандартах життя. Стійкість саме цієї ознаки, на мою думку, є чинником, що гальмує процеси демократизації та модернізації сьогочасного українського суспільства. У зв'язку з цим актуальними є комплексні заходи соціоінженерії як з боку владних структур, так і в середовищі громадянських ініціатив, спрямовані на нівелювання цієї дуальності, на формування цілісних систем цінностей та моделей поведінки.

Петросян Вікторія

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Техники лжи в обществе

Ложь вездесуща, она касается всех сфер деятельности человечества. Поинтересуйтесь у первого встречного, приходилось ли

ему когда-либо сказать неправду, и если он ответит «нет» - будьте уверены в том, что перед вами отъявленный лжец. Лгут все: лица, государства, философия, искусство, религия, мораль, культура. Всё пропитано ложью. «Ложь проникла во все сферы человеческого бытия, человеческий мир не только создает для лжи беспристрастные возможности, но и имеет ложь одним из своих начал, нет такого вида социальной деятельности, где бы ни встречался обман», — полагает современный исследователь феномена лжи Д. Дубровский [1, с. 22].

Я считаю, что наиболее точное определение лжи было представлено американским ученым и психологом П. Экманом: «Ложь или обман – это действие, которым один человек вводит в заблуждение другого, делая это умышленно, без предварительного уведомления о своих целях и без отчетливо выраженной со стороны просьбы не раскрывать правды». [4, с. 32]. Согласно Д. Дубровскому, феномен лжи имеет четыре основных аспекта: гносеологический, логический, нравственный и политический. Гносеологический - включает в себе условия познания, при которых ложь непосредственно возникает. Логический – ложь, как и истина, является свойством высказывания. Нравственный – ложь как добродетель, невозможность жизни без существования лжи. Политический – цель оправдывает средства. Н. Смелзер отмечает, что в обществе по его функциональному срезу относительно таких институтов, как государство, экономическая система, политические связи, семья, средства массовой информации и т.д., феномен лжи проявляется в результате их коммуникативности [3, с. 589].

Техники лжи в обществе – это своеобразные методы воздействия на другого индивида или на общество в целом. Однако границы лжи определяются тем, с какой стороны мы смотрим на сам обман. Ведь каждый из нас устанавливает свои собственные рамки дозволенного. Согласно П. Экману, ложь бывает двух типов: искажение и умолчание. Обман, ложь, притворство и сокрытие своего истинного «Я» существуют как часть социального мира, в котором мы живем, представляя собой не более чем «естественную» составляющую нашего окружения. И чтобы понять его сущность, многие ученые пытались разработать классификации, в основе которых лежат различные системы, соответствующие различным формам феномена лжи, с целью глубокого его анализа.

Необходимость лжи вытекает из потребностей не только макросоциальных, но и межиндивидуальных взаимодействий. Причем индивид не только оказывается, вынужден лгать, но и должен уметь делать это квалифицированно. Обман стал обыденной частью жизни каждого человека, живущего на земле. На микроуровне он несёт в себе простейшее социальное действие, о совершении которого мы порой даже не задумываемся.

На макроуровне ложь сталкивается с толпой. Толпой, которая слепо повинует и выполняет всё, что требуют от неё лидеры. Обладая гипер- восприимчивостью, толпа не защищает себя от обманов и

дезинформации. Таким образом, толпа может подвергнуться обману, куда более успешно, чем отдельно взятый из нее индивид. Пример такой лжи в колоссальных масштабах представляется в романе Дж. Оруэлла «1984»: «Все принимают ложь, навязанную партией. Если во всех документах одна и та же песня, тогда эта ложь поселяется в истории и становится правдой» [2, с. 61].

Данная область знания является не до конца изученной, и требует к себе определенного внимания, как со стороны социологии, так и со стороны социальной психологии. Заметна так же терминологическая путаница, таких определений как «ложь» и «обман». Кто-то считает, что эти понятия являются синонимами, а кто-то напротив, не согласен с данным утверждением.

Литература: 1. Дубровский Д. И. Обман. Философско-психологический анализ. – М. : Изд-во РЭИ, 1994. – 117 с. 2. Оруэлл Дж. 1984. – Пермь : Изд-во «КАПИК», 1992. 3. Смелзер Н. Социология. – М. : Феникс, 1994. – 688 с. 4. Экман П. Психология лжи. – СПб. : Питер, 1999. – 270 с.

Плюсин Евгений

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Tertiumquid: новое публичное пространство постиндустриального города

Современный город, по выражению Д. Гумперта и С. Дакера, – это возможность «одновременно наслаждаться цифровым ландшафтом и магией тротуара» [5, р. 436], способность перемещаться в физическом пространстве и в то же время находится за его пределами благодаря мобильности технических устройств. Технологический прогресс и трансформация концептов индустриального города содействовали формированию и развитию гибридных пространств, среди которых можно выделить так называемые Третьи места (лат. Tertiumquid). Данный феномен – новый топос городской коммуникации, способствующий физической консолидации виртуальных общностей, нивелирующий стигму отчужденности индивидов от публичной сферы.

Существует много теоретических разработок, посвященных публичным городским пространствам. Для осмысления Tertiumquid рассмотрим некоторые из них, а также обозначим функциональные особенности Третьего места в постиндустриальном городе.

Идеи Х. Арендт и Ю. Хабермаса представляют либерально-демократический подход. Согласно их концепции публичное пространство – это возможность осуществления политической дискуссии, а также платформа, где формируется общественное мнение. Арендт отмечает важность живого общения без посредников и в качестве идеала описывает античный греческий полис [1, с. 240-252]. Для Ю. Хабермаса же важен сам факт коммуникации, а к публичным

пространствам он относит газеты, журналы и другие медиа [6, р. 180-200].

Работы Р. Сеннета и И. Гофмана охватывают более широкий социальный контекст, не заостряя внимание на политической сфере. Публичное пространство для Сеннета – это «множественные незапланированные взаимодействия» [4, с. 120]. Он констатирует упадок публичной сферы в западном обществе, отмечая, что города становятся «молчаливыми». Происходит атомизация общества, где фигура незнакомца потенциально таит в себе угрозу. В драматургической социологии Гофмана публичность реализуется на сцене общественного театра, где индивиды ежедневно разыгрывают спектакли, пытаясь произвести впечатления, исполняя ту или иную социальную роль. Уединение, стало быть, находится за кулисами, где есть возможность отрефлексировать уже осуществленные социальные действия и подготовить новые [2]. Вышеизложенные подходы опираются на противопоставление «приватное – публичное». Теоретики акцентируют внимание на кризисном состоянии публичных платформ, а также подчеркивают отчужденность индивида от публичности.

Современные теории зачастую не базируются на дихотомических противоречиях, а, напротив, характеризуются размытием границ между публичным и приватным, реальным и виртуальным. К таким подходам относят концепцию «Третьего места» (после дома – «Первое место» и работы – «Второе место»), которую в 1989 г. в рамках социологии города разработал Р. Ольденбург. Яркими примерами воплощения его идей являются антикафе и коворкинги, стремительно распространяющиеся в городских джунглях. Кажется, это воплощение утопии А. Лефевра «Право на Город». Город – это место, где реализуются интересы человека. Каждый имеет право на использование города, вне зависимости от социальных характеристик. Творческие порывы способны изменять, вырабатывать новые правила игры, настраивать город в соответствии с интересами граждан [3, с. 145-150]. Другими словами, появляются площадки для творческой реализации инициатив снизу. Индивиды активно используют новые пространства для своей деятельности, переосмысливая городскую среду. Огромную важность приобретает комфортная практичность, лишенная стратификационных маркеров.

Коммуникация между знакомыми и не знакомыми друг с другом индивидами – важнейшая функция, развитию которой способствует пространство. Это миниатюрная модель offline сети, девиртуализирующая городское общение в эпоху повсеместного распространения беспроводных сетей; место, где можно спокойно работать и с пользой проводить досуг. Данная среда формирует новый креативный класс, способствует творческой самореализации, открывающей перед индивидами возможность развития и демонстрации таланта. Третье место – это приют для творческой интеллигенции. В основе пространстве лежит идея полисобытийного

конструктора, позволяющая проводить разнообразные мероприятия. Неотъемлемой чертой Tertiumquid является дружеская атмосфера.

Таким образом, Третье место формирует среду свободной коммуникации между разными социальными слоями. Гибкий алгоритм Tertiumquid содействует реализации творческих порывов в конструировании уникальных событий. Благодаря комплексу эстетико-технических возможностей новое пространство становится привлекательным для работы и проведения досуговых практик, консолидируя креативный класс города.

Литература: 1. Арендт Х. Vitaactiva или О деятельной жизни / Х. Арендт; [пер. с нем. и англ.; под ред. Д.М. Носова]. – СПб.: Алетейя, 2000. – С. 240 – 252. 2. Гофман И. Представление себя другим в повседневности [Текст]/ И. Гофман. – М.: Канон-пресс-Ц, 2000. – 290 с. 3. Лефевр А. Идеи для концепции нового урбанизма. Социологическое обозрение / А. Лефевр; [пер. с фр. Э. Святозар]. – Том 2. – № 3. – 2002 – С. 145 – 150. 4. Сеннет Р. Падение публичного человека [Текст] / Р. Сеннет. – М.: Логос, 2002. – С. 120. 5. Drucker S.J., Gumpert G. Steps in the Street / S.J. Drucker, G. Gumpert // The international communication gazette. – 2013. – vol. 7 5 (5 – 6). – Р. 436. 6. Habermas J. The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society / J. Habermas. – Cambridge: The MIT Press, 1989. – Р. 180 – 200.

Поднос Варвара

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»
(м. Київ)*

Трансформації просторів українського міста: основні риси та прояви

Протягом років незалежності українське суспільство зазнає значних змін, тобто проходить крізь низку трансформаційних процесів. Саме визначення України як «пострадянської країни» [6] свідчить про те, що вона знаходиться у фазі відходу від «радянського», тобто її інститути, культурні моделі, цінності і норми змінюються з радянських зразків та моделей до інших. В ситуації такого «переходу» знаходиться і місто з усіма його елементами та просторами. Нижче наведено приклади того, яких трансформацій зазнавало та зазнає українське місто.

Трансформації символічного простору міста є одними з найбільш «помітних» для його пересічних мешканців, адже символічний простір є сукупністю «об'єктів соціального світу, що мають соціокультурне значення» [8, с. 167]. Цими об'єктами є різноманітні міські артефакти – пам'ятники, топографічні назви, будівлі тощо. Зміни, що відбуваються у символічному просторі міста, мають соціокультурний характер, тобто вони опосередковані культурними чинниками [8, с. 167]. До таких змін можна віднести знесення або зведення пам'ятників, зміни назв вулиць та міст. Існує велика кількість

конкретних прикладів цих явищ в символічному просторі українського міста, що можна пов'язати із зміною ідеологічної парадигми країни після виходу із СРСР, яка потягнула за собою зміни «ідеологічно наповнених» міських об'єктів, наприклад, масове встановлення пам'ятників Т.Г. Шевченку на місці пам'ятників В. Леніну в Західній Україні [8, с. 169], заміну державної символіки СРСР на українську на будівлях під час «Революції на граніті» у липні 1990 р. [3]. Окремим важливим явищем для українського міста як «пострадянського» є зміна топонімів, адже вони так само, як і пам'ятники, є відображеннями соціально-політичного контексту певного часу [2]. Трансформації, пов'язані зі зміною політичного режиму, безперечно, вплинули і на зміну урбанонімів, наприклад, повернення місту Жданов його історичної назви – Маріуполь [5]. Подібні процеси відбуваються і зараз, наприклад, перейменування вулиць у зв'язку із подіями Євромайдану тощо.

Іншим простором міста, що зазнає значних трансформацій, є публічний простір. Згідно з І. Тищенком, публічний простір – це простір, в якому відтворюються повсякденні практики, пов'язані із міським способом життя, такі як комунікації, використання «міських благ» тощо. Творення цього простору відбувається шляхом діяльності конкретних акторів – архітекторів, проектувальників, маркетологів [7]. Публічний простір є простором «громадянського самовираження», тобто таким, в якому можуть відбуватись певні протестні акції тощо.

Однак в містах ХХІ ст. стає все менше таких «традиційних» публічних просторів [10], натомість з'являються місця одночасно публічні і непублічні, як, наприклад, торгівельні центри. Сучасне розуміння публічного простору не співпадає із «традиційним» і в питанні власності – якщо «традиційна» модель передбачає знаходження певного публічного об'єкту в державній власності, то сьогодні ці об'єкти можуть належати не тільки державі, але й перебувати у власності приватних осіб. Процеси трансформації публічного простору пов'язані не лише з питанням власності, але і з політичним визначенням цього простору: держава не може мати влади над простором, що є публічним, тобто антецедентом (передуючим) державному [9]. На пострадянському просторі подібні зміни досить очікувані, адже відбувається певне «вивільнення» простору з-під ідеологічного «крила» держави [11].

Що ж до трансформацій в публічному просторі українського міста, то можна навести приклад Євромайдану, який ілюструє повернення площі «статусу» вільної та публічної, тобто символічного позбавлення держави влади над цим простором. Також можна говорити про переформатування міського простору (побудування нових зон, вільних для пересування тощо) та появу нових просторів, досяжних

для громадян.

Розглянуті приклади свідчать про трансформацію окремих просторів міста, однак і їхня сукупність, що становить міський простір в цілому, також зазнає трансформацій. В епоху глобалізації міста перетворюються на «глобальні» [4], тобто зростає кількість їхнього населення, навантаженість та значення для держави. Міста переростають в агломерації, що впливає і на те, яким чином існує міський простір, і на те, як визначають себе його мешканці [1]. Безперечно, українське суспільство та українські міста ще знаходяться на своєму шляху до переходу до подібної структури існування.

Вище було наведено описи трансформаційних процесів, що їх зазнають сучасні міста, та приклади того, як ці процеси відбуваються в сучасному українському місті. Символічний та публічний простори, місто в цілому – ці явища зазнають трансформацій за умов змін «навколишнього середовища» – соціально-політичного контексту, соціально-культурних умов, за часів масових заворушень, тощо. Ці процеси не можна зупинити, адже «навколишнє середовище» навряд чи припинить змінюватись, тому простір сучасного українського міста трансформуватиметься і далі.

Література: 1. Кларк Д. Сучасність, місто і сторонній / Д. Кларк, 2003. - № 23 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.jl.lviv.ua.n29texts/clark.htm> 2. Малес Л. В. Урбанімія і державна ідеологія: особливості взаємодії / Л. В. Малес // Вісник «Соціологія. Психологія. Педагогіка». – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1998. – Вип. 6. – С. 21-23. 3. Рубл Б. Капітал розмаїтості. Транснаціональні мігранти в Монреалі, Вашингтоні та Києві / Блер Рубл. – К. : Критика, 2007 - С. 205 4. Сассен С. Глобальний город: введення поняття / С. Сассен [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://globalization/su/planet-in-changes-econom>. 5. Сорока Ю. Г. Від Жданова до Маріуполя: питання перейменування міста в публікаціях місцевої преси / Сорока Ю. Г // Якісні дослідження в соціологічних практиках: навч. посібник / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. – К. : Інститут соціології НАНУ. – 400с. – С. 352-362. 6. Праззаскас А. СНГ как постколониальное пространство. – Независимая газета, Москва ; 07.02.1992 ; 25. 7. Тищенко І. Що таке міський публічний простір [Електронний ресурс] / Тищенко І. – Режим доступу: <http://mistosite.org.ua/uk/articles/shho-take-miskyj-publichnyj-prostir> 8. Соціологія міста: навчальний посібник / [Л. В. Малес, В. В. Середа, М. О. Соболевська, Ю. Г. Сорока та ін.]; за заг. ред. О. К. Міхеевої. - Донецьк: вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2010 - 463 с. 9. Habermas J. The Public Sphere (Readings in Contemporary Pol. Sociology - p. 288-294 10. Kohn, M. Brave New Neighborhoods. The Privatization of Public Space. New York and London: Routledge, 2004 11. Stanilov, Kirill (Ed.). The post-socialist city: Urban form and space transformations in Central and Eastern Europe after Socialism. Dordrecht, The Netherlands: Springer, 2007.

**Новые религиозные движения в условиях кризиса:
социологические аспекты потенциальных эффектов**

Нестабильность экономической, политической и правовой системы в современной Украине способствует развитию различных религиозных организаций, которые подчиняют себе личность и изменяют ее поведение в своих интересах. Развитие таких организаций зачастую опирается на желание людей найти хотя бы минимальные гарантии и поддержку, придающую «уверенность в завтрашнем дне». Это дает возможность для появления и распространения различных коммерческих культов новых религиозных движений.

Известно, что в периоды нестабильности и отсутствия четкой перспективы люди склонны обращаться к так называемой мистической и эзотерической сфере: растёт популярность и востребованность экстрасенсов, «колдунов», «магов», знахарей – и, безусловно, различных объединений сектантского типа. Люди, участвующие в новых религиозных движениях, оказываются под впечатлением перспективы обретения смысла жизни и чувства безопасности. Личный жизненный кризис, пережитые психологические травмы и социальные проблемы делают человека склонным присоединяться к подобного рода организациям, где ему предлагают преодолеть возникшие проблемы. К вхождению в такие группы также склонны люди с плохо сформулированной или неустойчивой системой ценностей и норм, правил поведения. Для них характерна высокая лабильность психики, отсутствие способности к анализу, постановке критических вопросов и т.д.

Сами по себе секты не несут социальной угрозы. Они являются лишь одной из форм учения и альтернативой для объединения людей. Однако тоталитарные секты, деструктивные культы или новые религиозные движения, как мы решили их называть для чистоты научного восприятия, в настоящее время представляют серьезную социальную опасность. Проблема требует дальнейшего всестороннего изучения и реализации квалифицированных подходов в области предупреждения вовлечения в секты и оказания помощи лицам, подвергающимся индоктринации. Максимальная информированность населения об этой опасности и об особенностях происходящего с вовлеченными в секты необходима как предварительное условие мобилизации общественности для эффективного противодействия деятельности новых религиозных движений.

В законодательстве Украины нет четкого и строгого подхода к определению и пресечению деятельности новых религиозных движений. Единственная упоминаемая причина пресечения деятельности новых религиозных движений – неверное оформление документации на регистрацию религиозных организаций. В первую очередь рассматриваются церкви, а новые религиозные движения или секты как отдельные организации напрямую не упоминаются. В законе говорится, что деятельность религиозной организации следует прекратить, если она противоречит законодательству Украины. Но логичней было бы указать, что новые религиозные движения не могут причинять физический и психологический вред обществу и самому человеку. В случае их появления в законодательстве должны быть абсолютно четко прописаны меры пресечения деятельности подобных организаций, иначе можно столкнуться с ситуацией, при которой новые религиозные движения смогут совершать безнаказанные действия, наносящие вред. Размытые формулировки, отсутствие структуры и строгости в данном вопросе неприемлемы, т.к. речь идет о жизни и сознании индивида и целостности общества в целом, а это требует контроля и однозначности в подходе.

Последователи не должны ставить под сомнение учение религиозного движения, поэтому последние стремятся к контролю всех своих членов и к безграничной власти ограниченного круга лиц. При проведении религиозным движением агитационной деятельности данное стремление не озвучивается. Однако содержательно все учение и его ритуалы являются средством манипуляции для достижения целей и желаний руководства группы. Обещания оборачиваются прямой противоположностью для последователей: свобода и просветление – контролем над сознанием, ограничением в возможностях выбора, деперсонализацией и отчуждением. Средства манипуляции и привлечения последователей нацелены на то, чтобы они думали, что сделали свой выбор самостоятельно, проявляя при этом слепое послушание. В таких условиях индивид может потерять собственное «Я». Массовость участия в новых религиозных движениях способна привести к значительным потерям в социальной и экономической производительности, росту распространённости девиантных явлений (самоубийств, нарко- и других зависимостей) и так далее.

Таким образом, задача общества, правительства и ученых заключается в пристальном отслеживании и изучении возникновения, развития и функционирования новых религиозных движений. Пока будут существовать новые религиозные движения, эта проблема всегда будет актуальна для общества, которое неспособно контролировать и пресекать их возникновение, особенно в моменты кризиса.

Потеря деперсонализации как причина дисфункций социального института экономики

Социальные институты играют важную роль во взаимодействии индивидов и их групп в рамках современного общества. Однако возникают ситуации, когда они не могут в полной мере выполнять свои функции, тем самым нарушая нормальный порядок взаимодействий. Одной из таких проблем мы считаем потерю деперсонализации, которая выступает одной из причин развития теневой экономики. Предметом анализа современных социологов, например, С. Барсуковой, становятся последствия дисфункций социальных институтов, и института экономики в частности. Однако мало разобраться в существующих проблемах – необходимо обнаружить их причины, а также сделать все возможное для того, чтобы избежать проблем в дальнейшем. Особенно актуальна данная тема для Украины, так как одной из причин сегодняшней сложной экономической ситуации в нашей стране являются проблемы функционирования самого социального института экономики.

Тема функций социальных институтов в социологии поднимается достаточно часто. На наш взгляд, наиболее точной и исчерпывающей является классификация Г. Зборовского, который выделял четыре функции: интегративную, воспроизводства общественных отношений, регулятивную и коммуникативную [1]. Согласно его определению, «функции социальных институтов — это направления их деятельности и ее последствия, влияющие на сохранение самих институтов, социальной системы, поддержание в ней порядка» [1, с.346]. Гораздо сложнее определить, что же следует понимать под дисфункциями социального института — Р. Мертон хоть и обращает внимание на данный феномен, не дает ему четкого определения. Однако обращая внимание на тесную взаимосвязь дисфункций с собственно функциями социального института, мы можем сказать, что дисфункция — это нарушение нормального порядка взаимодействия социального института с обществом, которое влечет за собой полное или частичное невыполнение функций.

О важности деперсонализации писал еще Я. Щепанский в своей книге «Элементарные понятия социологии». Описывая условия успешности функционирования социальных институтов, он говорит о зависимости успешности «от степени деперсонализации действий и объективизации функций. Другими словами, если данный институт

превращается в учреждение, зависимое от интересов людей, призванных выполнять институционализированные функции, тогда он утрачивает свой общественный характер, утрачивает престиж и доверие всей группы» [2, с. 97]. В рамках социального института экономики деперсонализация выражается в том, что действия отдельных лиц и организаций, отвечающих за выполнение функций данного социального института, не зависят от них самих, их интересов и личных качеств.

Однако если вследствие каких-либо факторов деперсонализация утрачивается (полностью или частично), общество оказывается в ситуации, когда социальный институт экономики не способствует формированию моделей экономического поведения и их реализации, а наоборот – мешает. В подобных условиях социальный институт становится зависимым сам от себя, от лиц, которые наделены в его рамках властью. Это приводит к нарушению различных экономических процессов, таких как организация распределения ресурсов, схемы производства и потребления различных товаров и услуг и многое другое. Однако более важно то, что длительное нахождение социального института в таком положении может привести к таким изменениям внутри него самого, которые будут способствовать не решению данных проблем, но их усугублению, а также закреплению неправильных схем взаимодействия его субъектов при формировании моделей поведения.

В зависимости от того, при выполнении каких функций мы наблюдаем потерю деперсонализации, могут возникать различные дисфункции, однако стоит отметить, что, если деперсонализация теряется при выполнении одной из основных функций социального института, рано или поздно это затрагивает и все остальные.

В том случае, когда деперсонализация влияет на выполнение регулятивной функции, мы можем наблюдать такую дисфункцию, как выборочность применения санкций. Так, например, при одинаковых нарушениях в деятельности различных субъектов негативные санкции могут быть применены в меньшей мере к одному из субъектов, который каким-либо образом связан с лицом, отвечающим за выполнение данной функции, либо же не применены вообще.

Подобные проявления потери деперсонализации могут наблюдаться и в сферах реализации других функций, например, в интегративной сфере в виде того, что к участию в некоторых сферах экономической деятельности допускаются не все индивиды. В процессе воспроизводства общественно-экономических отношений вместе с деперсонализацией теряется и возможность индивидов быть в равной степени мобильными и востребованными на рынке труда, обладая равными качествами.

Чаще всего непредвзятость пропадает при согласовании интересов субъектов экономической деятельности. В таких случаях мы можем наблюдать «перекося» интересов, вследствие чего возникает риск образования монополий. Если не происходит ликвидация данных проявлений потери деперсонализации, нарушения функционирования распространяются на сферу регулирования общественных отношений и на другие сферы. В таких случаях максимально возрастает риск полной потери деперсонализации социальным институтом. В то же время развивается коррупция, которая еще больше усугубляет проблему и все сильнее привязывает деятельность социального института к отдельным лицам и организациям, которые становятся монополистами в своей сфере.

В случае если индивиды теряют возможность вести экономическую деятельность в рамках установленных правовых норм из-за возникающих дисфункций, они переходят в так называемый «теневой» сектор экономики. Конечно, нельзя говорить о том, что теневая экономика существует только при потере институтом деперсонализации. Даже при условии максимально возможного эффективного функционирования института, существует категория индивидов, пренебрегающая правовыми нормами. Однако в таком случае их доля невелика. Когда социальный институт становится коррумпированным, сами субъекты, наделенные в его рамках властью, способствуют развитию теневого бизнеса, делая ведение легальной деятельности менее возможным, чем нелегальной.

Дисфункции приводят к тому, что члены общества теряют доверие к данному социальному институту. Это может иметь долгосрочные последствия, а также проявляться в том, что даже после решения проблем и возвращения деперсонализации, индивиды будут относиться с недоверием к социальному институту и его деятельности, что опять-таки может способствовать развитию теневого сектора экономики.

Потеря деперсонализации в рамках социального института, в частности социального института экономики, становится причиной нарушения нормального функционирования социального института, то есть его дисфункций. Это означает, что если мы хотим разобраться с существующими проблемами и дисфункциями социального института экономики, мы должны обратить свое внимание также на изучение процесса потери деперсонализации. Причем изучать данные процессы необходимо системно, пытаясь найти непосредственные связи между этими феноменами. Подобный анализ может оказаться достаточно полезным и информативным, а также приблизить нас к более глубокому пониманию способов функционирования социального института экономики, что позволит выработать стратегии действий для

решения существующих, а также предотвращения появления дальнейших проблем.

Литература: 1. Зборовский Г. Е. Общая социология. 3-е изд., испр. и доп. – М.: Гардарики, 2004. – 592 с. 2. Щепанский Я. Элементарные понятия социологии. – М.: Прогресс, 1969. – 240 с.

Сокол Маргарита

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпропетровськ)*

Патріотизм як соціальне явище та соціологічне поняття

Сьогодні в Україні перехід на інноваційний шлях соціокультурного і політико-економічного розвитку здійснюється в умовах соціальної кризи [8, с. 1] та складних дихотомічних міжнародних відносин. Наш дослідницький інтерес викликаний актуальними соціально-політичними кризовими подіями (революційні явища, криза президентства, зміна політико-ідеологічних уявлень населення і політичних відносин), конфліктами студентів на основі соціально-політичних уявлень, зовнішньополітичним конфліктом, феноменом «аморальної більшості», явищем масової недовіри населення до соціальних інститутів влади і т.ін. Тема патріотизму досить часто обговорюється у ЗМІ, національна символіка розповсюджується активною молоддю як носієм національної свідомості.

Україна переживає глобальні та стрімкі процеси, що змінюють основи суспільного життя: розмитість патріотичних уявлень молоді, криза соціально-політичних інститутів і, як наслідок, дисфункціональні прояви у соціально-політичній поведінці студентської молоді. Ця обставина обумовлює необхідність наукового вивчення сутнісних характеристик суспільства, а саме громадянсько-патріотичних цінностей українського суспільства, проявів патріотизму серед студентства.

Проте для аналізу патріотичності студентів необхідно концептуалізувати саме поняття «патріотизм». Воно багатозначне, означає любов до своєї вітчизни, батьківщини, країни, народу, прив'язаність до місця свого народження, місця проживання. Патріотизм завжди відігравав у соціальному житті суспільства значну роль. Його генезис, зміст й еволюція були предметом пильної уваги багатьох соціологів, філософів, літераторів [6]. Необхідно також пояснити поняття «вітчизна» і «батьківщина», які пов'язані власне з терміном «патріотизм»: перше трактується як сукупність політичних компонентів національної ідентичності (влада, ідеологія, раціональне),

а друге – як сукупність етнічних компонентів («земля», природа, мова, ірраціональне) [1].

У соціологічній науці не існує однозначного розуміння феномена патріотизму. Так, виділяють такі основні наукові підходи його до розгляду: 1. Суб'єкт-об'єктний підхід. 2. Історичний підхід (темпоральність патріотизму, його історичність). 3. Соціокультурний – як духовна цінність і ціннісна орієнтація соціальних спільнот [5, с. 2-3]. 4. Системний підхід дозволяє розглядати патріотизм як складну систему, елементи якої взаємопов'язані [1]. 5. Патріотизм як дискурсивна формація (дискурс) [1]. 6. Конструктивістський підхід розглядає патріотизм як ідеологічний конструкт, спосіб ідентифікації спільністю громадян країни [3]. 7. Інтроформаційний підхід, який розглядає поняття «патріотизм» як складову особистості, яка взаємопов'язана з націоналізмом, при цьому ці складові опосередковані геополітичним фактором [4, с. 1]. Розгляд основних підходів до розуміння сутності патріотизму сприяє більш глибокому уявленню про нього. Завдяки цьому можна сформулювати нове визначення, яке включило б у себе важливі ознаки патріотизму [2].

Поняття патріотизму у вузькому вузькому значенні – це багатогранне, системне соціально-політичне і соціокультурне явище, яке вказує на характер інтеграції, солідарності у суспільстві й пронизує (включене у) взаємозв'язки між особистістю і державою та проявляється у позитивному емоційному і поведінковому компонентах (практичній діяльності). У широкому – соціально-політичне, соціокультурне явище, яке уособлює любов до вітчизни як вищої цінності і проявляється в усвідомленні особистістю своєї нерозривності, єдності з батьківщиною, державою, історією, культурою, здобутками, в ідентифікації себе з представниками однієї нації та реалізується у практичній діяльності на благо своєї батьківщини шляхом співпричасності у процесах суспільства і держави, тобто інституціоналізується соціальна роль людини як громадянина і патріота.

Спираючись на те, що патріотизм є формою і способом усвідомлення своєї ідентичності [2] та спрямований на консолідацію, інтеграцію суспільства [7, с. 19-20], ми пропонуємо розглядати його як інструмент, який сприяє ефективному функціонуванню соцієтальної системи. Оскільки сама соцієтальна підсистема реалізує функцію інтеграції індивідів, тим самим продукує солідарність і виконує завдяки цьому консолідуючу роль у суспільстві. Тобто патріотизм і соцієтальна система взаємопов'язані, стан соцієтальної системи опосередковує рівень і характерні риси патріотизму.

Дослідження патріотизму студентства включає у себе як чисто теоретичне, так і практичне значення як для вчених, так і для органів

державної влади, а саме безпосередньо у процесі розробки соціальної програми щодо формування громадянських цінностей, культури самих студентів, оскільки проблема формування громадянсько-патріотичних почуттів якостей особистості найбільш актуальна саме в кризові трансформаційні періоди становлення держави. Тому, розглянувши дану проблему, сподіваємося, що можна буде розробити практичні рекомендації для органів державної влади, сформувані принципи патріотичного виховання молоді.

Література: 1. Бурыгин Д. Пустые слова: краткая история термина «патриот» [Электронный ресурс]. – Режим доступа от 24 декабря 2013: <http://theoryandpractice.ru/posts/8291-patriot> 2. Малиновський В. Концепція територіального патріотизму В. Липинського в сучасних процесах формування політичної нації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/842> 3. Першина Ю. В. Цивілізаційний підхід к розвитку ідей патріотизма в Росії с древности до начала XX века / Ю. В. Першина, Т. Ю. Еремина. Учеб.-метод. пос. – Киров : КИПК и ПРО, 2009. 4. Петрова Л. А. Формирование / Л. А. Петрова // «Вестник Российского философского общества», 2003. – №3. – С. 87 4. Чуйков О.Е. Формирование в условиях молодёжных общественных организаций: социокультурный аспект. Автореферат на соискание учёной степени кандидата социологических наук. М., 2010. 5. Чупров В. И., Зубок Ю. А. Молодёжный экстремизм: сущность, формы проявления, тенденции. – М. : Academia, 2009. 6. Пудов Л. С. Социальные процессы в российском обществе и их влияние на правовую политику государства / Л. С. Пудов / Вестник МГУПИ. – № 33. – 2011. – С. 164-173. 7. Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории [Текст]: учеб. пособие / Г. В. Осипов. – М. : «Мысль», 1998. – 446 с. 8. Колодій А. Соціетальна культура як чинник національної консолідації / А. Колодій // Консолідація українського народу: конституційно-правові аспекти. Зб. статей за матеріалами науково-практичної конференції (м. Львів, 28 лютого - 1 березня 2013 р.). – Львів : Вид-во Львівського університету, 2013. – С. 40-54.

Тарламазян Офелія

*Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Проблемы социальной реабилитации заключённых в Украине

Проблема социальной реабилитации заключенных является актуальной не только для самих осужденных (отсутствие работы, жилья, неуважение, презрение окружающих и т.д.), но и для всего украинского общества. К началу 2014 года в 182 местах лишения свободы Украины находилось 127 830 заключенных. Из них 1 878 отбывают пожизненное наказание, остальные рано или поздно окажутся на воле [1]. Пребывание в тюрьме исключает людей из нормальной социальной жизни, которая постоянно находится в

динамике, и после освобождения человек не чувствует себя частью того общества, в которое он попадает. Это является результатом влияния как лагерно-тюремной культуры, тюремной жизни в целом, которая имеет свои особенности, законы, ценности, так и неэффективной системы социальной реабилитации заключенных, что приводит к такому негативному явлению, как рецидивная преступность.

Социальная реабилитация – это комплекс мер, направленных на восстановление разрушенных или утраченных в силу каких-либо причин общественных связей и отношений, социально и личностно значимых характеристик, свойств и возможностей субъекта [2]. Проблема социальной реабилитации заключенных изучается рядом научных дисциплин, но многие моменты реабилитационного процесса требуют комплексного социологического анализа. Отдельные аспекты этой проблемы рассматриваются в трудах Н. Смелзера, П. Сорокина, Р. Мертона, И. Рущенко, В. Овчинского, М. Ключко и др.

Социальная реабилитация заключенного начинается еще в тюрьме. Нормальные условия жизни, работа, саморазвитие дают осужденному возможность осознавать себя частью общества, находясь по ту сторону решетки. Реальность украинских тюрем не предоставляет заключенным такой возможности. Несмотря на сокращение числа заключенных в Украине, условия содержания, быт заключенных остаются в ужасном состоянии [1]. Состояние тюремного быта, медицинской помощи, уровень физического и психологического насилия являются катастрофическими для проведения нормальной социальной реабилитации.

Важная проблема украинской пенитенциарной системы – отсутствие у заключенных возможности саморазвития: у них нет доступа к получению информации, просмотру фильмов, чтению литературы. Однако если в тюрьме присутствуют посторонние, то заключенные могут смотреть фильмы и даже концерты. Для сравнения: заключенные норвежских тюрем имеют возможность пользоваться интернетом (за исключением использования e-mail для отправки писем). Кроме этого, норвежские заключенные живут в комнатах по 2 человека, комнаты закрываются на ключ специально обученными для присмотра за осужденными людьми [3]. Заключенные не чувствуют себя изгоями, что при их освобождении способствует быстрой реабилитации. Озлобленные, униженные, измученные, привыкшие к насилию заключенные украинских тюрем, освободившись, теряют социальную ориентацию. Все, что они могут – это совершить еще одно преступление. При этом для рецидивистов повторный арест – это всего лишь возвращение в привычное место, где они все знают, к которому они, несмотря на плохие условия, привыкли. Это привыкание в свое время описал понятием «призонизации» Д. Клеммер, который

занимался исследованием сообщества заключенных. Под «призонизацией» он имел в виду процесс включения заключенного в тюремную культуру, усвоение тюремных законов, правил, выработку соответствующих норм поведения. Тюремю Д. Клеммер охарактеризовал как школу преступности. Не все заключенные призонизируются одинаково, у одних этот процесс протекает быстрее, у других – медленнее. Но в некоторой степени каждый заключенный призонизируется, он усваивает новую социальную роль, местный язык и культуру [4]. Именно поэтому, кроме содержания заключенных в нормальных условиях, во избежание потери осознания себя частью социума, они нуждаются в квалифицированной психологической помощи, особенно это касается несовершеннолетних заключенных. Процесс социализации, в результате которого формируется личность, наиболее интенсивно протекает в детском и подростковом возрасте, поэтому несовершеннолетние заключенные, неосознанно совершившие преступление, социализируются в тюрьме. Отсутствие своевременной помощи может привести к тому, что эти личности будут навсегда потеряны для общества.

Одним из мотивов совершить повторное преступление после освобождения является отчужденность общества по отношению к бывшим заключенным. Бывшие осужденные сталкиваются с непониманием, недоверием окружающих. Несмотря на то, что достаточно большая часть населения теоретически готова к общению с бывшими заключенными (в целом по Украине таких 46 %), на практике общество отгораживается от таких людей, тем самым провоцируя рецидивную преступность [5].

Современная отечественная пенитенциарная система не выполняет задачу социальной реабилитации заключенных, так как построена не на принципах гуманизма, а на унижении и угнетении личности заключенного. Уровень реинтеграции в социум заключенных, отбывших свой срок, крайне низок. Существует необходимость реформирования системы социальной реабилитации заключенных с использованием данных социологических исследований.

Литература: 1. Государственная пенитенциарная служба Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kvs.gov.ua/peniten/control/main/uk/publish/category/625443>
2. Кузнецова Л.П. Основные технологии социальной работы, 2002 3. Тюрма по-норвежски [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://norvegus.ru/interesnoe/tyurma-po-norvezhski.html> 4. Матти Л. Криминология и социология отклоненного поведения. 1994. 5. Украинский офис международного исследовательского агентства IFAK Institut GmbH & Co. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ifak.com.ua/ru/services/obwestvennoe_mnenie/#services32

Социологическое знание в PR-деятельности и рекламе

В последние десятилетия реклама стала неотъемлемой частью нашей жизни: мы видим ее по телевидению, в интернете, на билбордах, слышим по радио, читаем в журналах, газетах, получаем листовки возле метро. Нам предлагают попробовать, потрогать и даже понюхать образцы товаров, таким образом приводя в действие все сенсорные системы потенциального покупателя. То же касается и PR-деятельности. Реклама используется сферой связей с общественностью в целях управления общественным мнением. Существует негласное определение PR, согласно которому его суть – информировать, образовывать, вызывать доверие.

Всякий инвестор, рекламодатель или заказчик не хочет, чтоб вложенные деньги улетели «на ветер», а чтобы свести степень риска на минимум и получить максимум прибыли, желательно получить наиболее полную информацию о потенциальных потребителях, возможных рынках и способах распространения информации. Получить такие данные позволяет проведение исследования, которые в области рекламы ведутся по четырем главным направлениям:

1. Изучение потребителей. В этом направлении можно выделить группы наиболее вероятных покупателей, выяснить, чего же ожидает потребитель, выбирая предложенный товар. Так же можно узнать, как покупатели относятся к товару предложенной фирмы и аналогичному товару конкурента.

2. Анализ самого товара. Тут исследователям необходимо выделить наиболее притягательные стороны изделия, которые в дальнейшем можно будет приукрасить. Такой ход одновременно позволяет и рекламодателю узнать плюсы и минусы производимого товара, чтобы совершенствоваться в будущем, и покупателю услышать о качестве товара на языке, который ему понятен, языке его нужд.

3. Анализ перспективного рынка. Этот ход позволяет установить местоположение потенциальных покупателей, чтоб рекламодатели распространяли информацию в перспективных, а впоследствии выгодных направлениях.

4. Изучение средств рекламы. Это позволяет наиболее эффективно донести рекламное сообщение той целевой аудитории, которой оно было адресовано [1].

Что же касается связей с общественностью, то их цель – построить взаимоотношения между обществом и коммерческими / государственными организациями на выгодных для последних условиях. Для наиболее эффективного достижения цели работу можно разбить на несколько этапов, а именно:

1. Этап подготовки. Он состоит в определении цели, способов и сроков ее достижения, выборе методов анализа и сбора информации.

2. Второй этап. Он заключается в сборе первичной социологической информации – т.е. никак не обработанных данных, полученных от респондентов.

3. Третий этап. В этот момент времени члены команды должны обработать первичную информацию, полученную в ходе социологического исследования. Это мог быть как опрос, так и интервью – глубинное, фокусированное и т.д.

4. Заключительный этап. Здесь осуществляется анализ обработанной информации, происходит подготовка отчета по результатам исследования [2]. Также необходимо сделать определенные выводы и сформулировать какие-либо рекомендации и / или предложения для заказчика, который был инициатором проведения социологического исследования.

Таким образом, социологическое знание составляет неотъемлемую часть деятельности связей с общественностью и рекламы. Оно необходимо для успешной деятельности данных сфер, т.к. они напрямую связаны и направлены на общественность, а какая же еще наука может стать составляющим звеном, как не та, что изучает общество?

Литература: 1. Ромат Е. В. Реклама / Ромат Е. В. – СПб. : Питер, 2013. – 506 с. 2. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов / В. Ф. Кузнецов. — М. : Аспект Пресс, 2006.- 300 с.

Трегуб Катерина

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(м. Харків)*

Мас-медіа як потенційний простір інтеракції

Українське суспільство переживає складний період свого розвитку. Особливо актуальним є вирішення проблеми налагодження суспільного діалогу, що може стати важливим вектором на шляху до розвитку українського суспільства. Роль посередника у комунікації можуть взяти на себе мас-медіа, що представляється особливо актуальним у сучасних умовах. Однак соціальний інститут мас-медіа займає дистанційну позицію у вирішенні суспільно важливих проблем та лише нагнітає кризові настрої щодо суспільних процесів взагалі. Не приділяючи достатньої уваги суспільно корисній інформації, засоби масової комунікації свідомо відмовляються від розгляду важливих соціальних проблем. Один з найважливіших соціальних інститутів являє собою неформальний інструмент формування масової свідомості, репрезентації соціокультурного простору. Мас-медіа мають здатність репрезентувати зміни, що відбуваються у суспільстві, впливати на них,

сприяти їх виникненню.

Медіа завжди перебувають під впливом певних осіб: якщо це не владні структури чи партійні угруповання, то власники медіа-бізнесу, редакційні і керівники чи колектив. Ситуація може змінитися лише тоді, коли засоби масової комунікації будуть підзвітні суспільству, а не окремим соціальним групам чи індивідам. Мас-медіа – «слуга» соціуму, платформа для вираження його позицій та цінностей. Інформаційна війна, що розпалюється ЗМК, повертає медійній спільноті розуміння відповідальності перед суспільством за свої дії. За даними моніторингу, який провела громадська організація «Інститут масової інформації», серед шести загальнонаціональних друкованих видань та чотирьох веб-сайтів новин у квітні 2014 р. показник дотримання журналістських стандартів у друкованій пресі сягнув історичного максимуму за весь період моніторингів з жовтня 2010 р. – 5,36 з 6. Такий результат – показник виконання зобов'язань перед суспільством та відповідь на вимоги соціуму.

У той час, коли позиції соціуму ще не сформовані, вкрай важливим стає питання соціальної відповідальності мас-медіа. Суспільство звертається до каналів масової комунікації, яким воно довіряє найбільше, але не завжди знаходить відповіді на свої питання. Якщо представники мас-медіа слідують принципам соціальної відповідальності у своїй професійній діяльності, суспільство задовольняє свої потреби в інформації та комунікації, а якщо ні, виникають кризові ситуації, які несуть руйнівний характер. Отже, мас-медіа можуть стати особливим простором інтеракції та поставити перед собою завдання створити суспільний діалог для представлення інтересів соціуму. Сучасні події змушують засоби масової комунікації служити громадським інтересам та працювати заради єдності суспільства. Діяльність мас-медіа варто розглядати у більш широкому значенні, ніж просто збір, обробка та розповсюдження інформації. Головне завдання ЗМК — не нашкодити, донести відомості без викривлень, з урахуванням усіх стандартів професійної діяльності.

Усенков Михаил

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Успешность государства как показатель выполнения политической элитой её функций

Согласно теории элит, независимо от общественной формации общество делится на элиту и неэлиту. Спорить с этим сложно: можно рассмотреть любую страну, общество в любом историческом периоде и

увидеть разделение на людей, у которых есть власть, и людей, у которых её нет; материальное положение у одних людей лучше, чем у других, одни люди обладают влиянием, другие нет и т.д., и т.п. Объективно элиты существуют и в нашей стране.

Обобщая классические и неклассические теории элит, можно прийти к выводу, что элита выполняет такие функции: стратегическую, коммуникативную, организаторскую и интегративную.

Стратегическая функция заключается в разработке стратегии и тактики развития общества, определении политической программы действий.

Коммуникативная функция предусматривает эффективное представление в политических программах интересов и потребностей различных социальных групп, их реализацию в практических действиях.

Организаторская функция состоит в том, что политическая элита организует массы. Среди потенциальных политических элит наиболее эффективными будут те, которые способны обеспечить поддержку своих программ массами. Эта функция предусматривает выполнение на практике заявленных целей.

Интегративная функция состоит в укреплении стабильности общества, устойчивости его политических и экономических систем, в недопущении конфликтов, непримиримых антагонизмов, острых противоречий, деформации политических структур.

Возможно, существует определённая взаимосвязь между выполнением элитой её функций и успешностью страны. И наоборот: если страна не «успешна», то можно предположить, что элита не выполняет свои функции в силу различных причин: борьбы за власть, недостаточной компетентности и т.д.

Проверка этого тезиса на примере нашей страны позволит понять, насколько хорошо политическая элита выполняет свои функции, насколько успешной страной является Украина и есть ли взаимосвязь между этими явлениями.

Коммуникативная функция. С её выполнением у элиты есть проблемы. Любые выборы показывали, что политическая элита в зависимости от партийной / лагерной принадлежности не воспринимается населением различных областей [2; 3]. Исключение составляют выборы Президента 2014 г., но это – особый случай. В целом, можно сделать вывод, что за историю независимой Украины с этой функцией политическая элита не справлялась.

Организаторская функция. Здесь мы подходим к вопросу о том, считать ли Украину успешной страной. Если да, то политическая элита справилась с организаторской функцией. Но если исходить из исключительно экономических показателей, то считать Украину

успешной на сегодня нельзя – мы всё ещё не достигли уровня ВВП 1990 г. [4].

Интегративная функция. Учитывая результаты выборов и высокую явку с победой «оппозиционного блока» на юго-востоке, а также предшествовавшие им «оранжевую революцию», «евромайдан», события на Донбассе, появление «антимайдана», можно констатировать явное отсутствие политического консенсуса в обществе.

Как нам кажется, политическая элита не справляется с возложенными на неё функциями. Как результат, Украину сложно назвать успешной. Возникает вопрос: есть ли прямая зависимость между успешностью страны и тем, как политическая элита выполняет свои функции, или существуют ещё какие-то, более значимые, причины?

Возможно, мы преувеличиваем, отводя политической элите слишком большую роль. Возможно также, что элита максимально хорошо выполняет свои функции, просто обстоятельства мешают стране достичь успеха. Возможно, циркуляция элиты происходит, как и должна, но качество элиты, оставляет желать лучшего. Качество выполнения политической элитой её функций необходимо доказать эмпирически, что составляет перспективу наших дальнейших исследований.

Литература: 1. Декларація про державний суверенітет України [Електронний ресурс] Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/55-12> 2. Электоральная география [Електронний ресурс] Режим доступа: <http://www.electoralgeography.com/ru/countries/u/ukraine/2006-legislative-elections-ukraine.html> 3. Комсомольская правда в Украине. [Електронний ресурс] Режим доступа: <http://kp.ua/rubric/vibor/> 4. Научное общество Ивана Кушніра. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://nauka.kushnir.mk.ua/>

Фарин Николай

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Проблема выбора ценностных ориентиров современной молодёжи

Люди в нашем мире живут, опираясь на определенные ценности. Изначальные представления о жизненных ориентирах закладываются в нас ещё с детства, что задаёт основные направления для окончательного формулирования жизненных устоев. Но заложенные с детства ценности подвергаются жесткой критике и иногда отвергаются личностью в процессе взросления. Пребывая во власти так называемого юношеского максимализма и нигилизма, мы испытываем особенно острое желание отличаться, выделиться из «серой

массы» и определить свои собственные жизненные ценности. Со временем молодой человек приходит к ценностям, приемлемым для современного ему общества, хоть и остающимся на довольно шатких позициях. Также отметим, что на принятие тех или иных ценностных ориентиров влияют образование, среда, в которой он проходит процесс социализации и т.д.

Что же может стать ценностью для молодёжи в современном мире? В данный момент не существует устойчивых основ, ибо мир постоянно и довольно быстро изменяется. Престижная работа уже не так захватывает своими привилегиями людей, крепкая семья кажется неосуществимой мечтой, по крайней мере для человека, поверженного всеобщим пессимизмом. Мир теряет доверие своих обитателей, жизнь и что-либо её касающееся кажется слишком ненадёжным, чтобы стать ценным для кого-либо. Конфликты, неустойчивые системы – всё это отталкивает человека, который ищет убежище для своих мыслей и желаний. Но мы можем с уверенностью сказать, что любой человек нуждается в поддержке и заботе, а значит тёплые, искренние, доверительные отношения всё ещё востребованы и являются ценностью для многих людей.

В своих поисках молодёжь часто заходит в довольно опасные для общества русла: увлечения радикальными идеями прошлого, поиски истины в ошибках предшественников и т.д. В современном мире образовался некий застой, мысль застыла и не имеет возможности отделаться от сковывающих её оков. Пытливый ум мечется из стороны в сторону, неустанно сталкиваясь с окружающими его стенами и препятствиями.

Но всему есть предел, и человек, окруженный непониманием в своих поисках, не может долго сдерживать адекватное состояние своего разума, а, следовательно, во избежание ошибок и поспешных решений, цепляется за уже готовые идеи.

Целью становится престижная работа, крепкая семья, хорошее здоровье, достойный статус в обществе. Или другая сторона: крайняя степень безразличия, отсутствие ориентиров как таковых (всеобщих), сосредоточенность на личных желаниях и позывах или присоединение к какой-либо конфессии, посвящение себя загробной жизни вместо поисков опоры при жизни [1].

Литература: 1. Ницше Ф. Антихрист. Проклятие христианству // Доступно на: <http://www.nietzsche.ru/works/main-works/antihrist/>

Легализация однополых сексуальных отношений и трансформация института семьи

В последние десятилетия в развитых странах Запада усилилась тенденция к проявлению толерантности ко многим увлечениям и предпочтениям. Данная тенденция затронула и однополые сексуальные отношения, которые перестали восприниматься как что-то неправильное и получили равные права с традиционными. Появилось понятие «однополый семьи». В связи с этим перед учеными встал вопрос о том, какое влияние они оказывают на институт семьи и его трансформации, и оказывают ли вообще.

Семья как социальный институт – это социально-биологическая подсистема общества, обеспечивающая воспроизводство членов сообщества [1]. Семья является одним из первых социальных институтов, сформировавшихся в обществе. На ранних стадиях развития человечества в качестве семьи могли выступать практически любые формы (сексуальных) связей между людьми. В доиндустриальном обществе господствовала патриархальная семья, наиболее приближенная к современной. В ней отношения выстраивались в соответствии с иерархией, во главе которой стоял мужчина, отец, муж.

С процессом модернизации семья также начала претерпевать изменения. Сейчас классическим определением семьи считается определение Э. Гидденса: «Семья – это группа людей, связанных прямыми родственными отношениями, взрослые члены которой принимают на себя обязательства по уходу за детьми» [2]. Самой распространенной формой семьи является нуклеарная, состоящая из двух поколений – родителей и их биологических детей.

Развитие получили и такие формы семьи, как семьи без детей, с одним родителем, опекунские, сожительствующие, смешанные, приемные, гомосексуальные, “living apart together” и т.д. Их появление сильно пошатнуло традиционное представление о семье. Во многом данная трансформация связана с появлением свободы в выборе партнера и преобладанием феномена «чистых отношений», продолжающихся до тех пор, пока между партнерами существует эмоциональная связь.

В прошлое отходит понятие «нормативного» жизненного цикла семьи. С 1980-х его заменяет «семейный жизненный путь», который не подразумевает обязательных нормативных событий в

жизни семьи и индивида. Изменилось понимание гендерных ролей в семье. Определенные конфигурации человеческих свойств уже не принадлежат одному полу. Женщины получили право работать, а для мужчин стало нормальным следить за домом и воспитывать детей. Одним из идеалов семьи становится эгалитарная (равноправная) семья.

Все это не могло не сказаться на изменениях в основных функциях института семьи. Детей начали рожать после достижения успехов в карьере, некоторые семьи вообще не заводят детей; семья практически перестала выполнять ведущую роль в социализации ребенка. Экономическая функция по большей части сведена к потребительской; статус и положение в обществе в большинстве случаев не передаются от родителей к детям; государственное социальное обеспечение позволяет не содержать совершеннолетних детей и вышедших на пенсию родителей.

О каком-либо влиянии однополых сексуальных отношений на трансформации института семьи можно говорить, начиная с 70-х гг. XX в., когда Американская психиатрическая ассоциация исключила гомосексуализм из списка болезней, что в 1993 г. также сделала Всемирная организация здравоохранения. С 80-90-х гг. однополые пары получили в некоторых странах право на нерегистрируемое сожительство и регистрируемое партнерство, а начиная с 2001 г. (Нидерланды) они получили право вступать в брак. На 2013 г. в США насчитывалось около 726,6 тыс. однополых домохозяйств [3], а в Великобритании 89 тыс. состояли в сожительстве [4]. В Германии в 2008 г. проживало 68 400 однополых пар [5]. Во Франции количество однополых пар в 2011 г. составляло 198 тыс. [6].

Анализируя трансформации института семьи в контексте однополых сексуальных отношений, становится видно, что данные отношения имеют влияние на изменения, правда, не в таких масштабах, как это часто представляют. В первую очередь, утратили ценность гетеросексуальные отношения, так как однополые отношения приравнивались к отношениям между мужчиной и женщиной. Это ознаменовало и изменения во всей ценностно-нормативной системе института семьи.

Однополые отношения сыграли одну из ключевых ролей в устаревании понятия «нормативного» жизненного цикла семьи. Однополые пары часто не могут проходить такие ступени, как вступление в брак и рождение детей, поэтому с легализацией гомосексуальных отношений это понятие перестало быть актуальным.

Влияние на изменение гендерных ролей можно назвать двойственным. С одной стороны, в гомосексуальных отношениях каждый из партнеров исполняет выбранную роль, второй –

противоположную. С другой стороны, в таких отношениях гендерные роли становятся комплексными, что приводит к возникновению «серого» поля, в котором партнеры равны в своих гендерных ролях. За счет этого однополые пары могут стимулировать гетеросексуальные семьи к достижению гендерного равенства.

Но самый спорный момент в изучении данного явления – это влияние однополых сексуальных отношений на основные функции института семьи, в частности, на репродуктивную и воспитательную. Многие считают, что однополые пары не могут выполнять репродуктивную функцию. Однако в постиндустриальном обществе ситуация не совсем такова: помимо усыновления, однополые пары заводят детей с генетическим кодом одного из родителей, или даже обоих. Во многих однополых семьях воспитываются дети от предыдущих гетеросексуальных отношений.

По вопросу воспитания детей в однополых семьях углубленные исследования проводятся только в США, Австралии и отдельных странах Евросоюза. Эти исследования не выявляют различий между детьми, воспитываемых однополыми и гетеросексуальными парами ни в эмоциональном, ни в психическом, ни в гендерном либо интеллектуальном планах (впрочем, репрезентативными эти исследования назвать сложно). Дети гомосексуальных родителей показывают нормальное личностное, профессиональное и социальное развитие.

Однополые сексуальные отношения стали одной из форм трансформаций института семьи и сами повлекли за собой некоторые из них. В итоге, полное отрицание их влияния на институт семьи невозможно, но его нельзя назвать и решающим, так как в одних случаях однополые отношения сыграли одну из ключевых ролей, а в других – не повлияли на трансформацию вообще.

Литература: 1. Давыдов С.А. Социология: конспект лекций [Электронный ресурс] / М.: Эксмо, 2008. – 160 с. 2. Гавров С. Н. Историческое изменение институтов семьи и брака: учебное пособие. – М.: НИЦ МГУДТ, 2009. 134 с. 3. Household Characteristics of Same-sex Couple Households by Relationship Type: ACS 2013 / Census.gov. Available on [www.census.gov/acs/www]. 4. Families and Households, 2013 / Office for national statistics. Statistical Bulletin. Accessed October 31, 2013. – 18 p. Access mode: [http://www.ons.gov.uk/ons/rel/family-demography/families-and-households/2013/stb-families.html]. 5. Фундаментальное исследование однополых семей в Германии [Электронный ресурс] / Национальный ЛГБТ-портал Украины. От 4 марта 2013. Режим доступа: [http://lgbt.org.ua/ru/lgbtruh/science/show_176/]. 6. Cortina C. & Festy P. Identification of same-sex couples and families in censuses, registers and surveys [Electronic resource] / Funded by European Union's Seventh Framework. Accessed 2014. Access mode: [http://www.ined.fr/fichier/s_rubrique/21381/working.paper.n8.cortinafesty2014.fr.pdf].

Информационная война: социологическая концептуализация феномена

С появлением интернета жизнь индивида меняется. Он включается в мировое информационное пространство, и каждый день испытывает на себе действие таких объёмных потоков информации, с какими человечество не сталкивалось за всю свою историю.

Информационные технологии стали ресурсом для эффективной манипуляции сознанием индивида. При отсутствии механизмов блокирования потока информации, поступающего через интернет, индивид становится беззащитным перед манипуляционными технологиями. Развитие информационных технологий несет в себе не только новые возможности, но и целый ряд угроз, которые способны дестабилизировать жизнь индивида. Одна из таких угроз – информационная война. Поэтому неудивительно, что данная тема становится предметом интереса ученых, среди которых А. Крутских, А. Федоров, О. Калиновский, С. Гриняев, М. Павлутенкова, И. Шаравов, В. Петров, И. Рабинович, Д. Фельдман.

Словосочетание «информационная война» впервые встречается в докладе Т. Рона, подготовленном им в 1976 г. для компании Boeing, называвшемся «Системы оружия и информационная война». С тех пор эту тему начинают разрабатывать военные эксперты США. В силу специфики информационной войны данная тема является областью изучения нескольких наук.

Принято выделять три основных подхода к определению данного понятия.

Первый подход практикуют, как правило, представители силовых ведомств. Они считают информационную войну полноценной войной и рассматривают её как комплексное применение сил и средств информационной и вооружённой борьбы. Этот подход противоречив, поскольку отдаёт информационной войне роль элемента в более масштабной вооружённой борьбе. В данном подходе информационную войну целесообразнее было бы назвать информационной борьбой. Т. Рона, Дж. Акрил и Р. Банкер трактуют информационную войну как «комплексное воздействие (совокупность информационных операций) на систему государственного и военного управления противостоящей стороны, на ее военно-политическое руководство, которое уже в мирное время приводило бы к принятию благоприятных для стороны-инициатора информационного воздействия решений, а в ходе конфликта полностью парализовало бы функционирование инфраструктуры управления противника» [1].

Второй подход отдаёт предпочтение социально-коммуникативному пониманию информационной войны. В этой

трактовке информационную войну определяют как отдельные информационные меры, цель которых – влияние на массовое сознание. Этой трактовки, как правило, придерживаются социологи и психологи. В рамках данного подхода информационная война рассматривается как «комплексная стратегия достижения информационного превосходства при противоборстве в конфликте путем воздействия на информационную среду противника при одновременном обеспечении безопасности собственной информационной среды» [2]. Представителями данного подхода являются такие ученые, как Г.Г. Почепцов и С.П. Расторгуев

В третьем подходе информационная война рассматривается как явление мирного периода межгосударственного противоборства, которое позволяет решать внешнеполитические задания несиловыми методами. Основа информационной войны – манипулятивное влияние на аудиторию. Технологии подобного влияния различны, но главное средство универсально – это информационное сообщение, переданное по каналам коммуникации. От того, насколько успешно создано сообщение, зависит его манипулятивный потенциал, эффективность влияния на аудиторию.

В широком смысле информационная война – это любое негативное информационное воздействие на противника. Если трактовать этот термин именно так, то первую информационную войну мы можем увидеть еще в Древнем Египте. Однако это определение не совсем верно, так как именно первая информационная война («Холодная война») послужила поводом для выделения этого явления в отдельную тему для споров.

На наш взгляд, информационная война – это особый вид войны, который включает ряд специфических методов, и нацелена, прежде всего, на подрыв социальной структуры общества, имеет длительный характер. Особенностью методов информационной войны является их ненасильственный характер. В отличие от традиционной войны, информационная война происходит латентно, изменяя ценности индивида, нормы его поведения в обществе.

Литература: 1. Информационная война: история, день сегодняшний и перспектива Гриняев С.Н. точка доступа: <http://www.agentura.ru/equipment/psih/info/war/> 2. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко., 2003. – Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/568/word/informacionaja-voina>.

Туристичні практики як прояв особливої форми повсякденної мобільності людини в сучасному суспільстві

Туризм – важливий феномен суспільства. По-перше, це пов'язано зі зміною характеру, функцій та ролі туризму, який має свій вплив на соціум, розвиваючи при цьому соціальні потреби в туризмі. По-друге, змінюються сучасні уявлення про туризм, що привносять нові переживання, які люди хочуть отримувати весь час, що може впливати на формування паттернів та стилів поведінки, інтелектуальної та емоційної залежності від туризму. У сучасному світі туризм, що базується на мобільності й активності людей, став потужним чинником перетворення соціальної і культурної сфер життя суспільства. Мільйони сучасників подорожують по світу, чисельність туристів з кожним роком зростає. Що може за цим стояти? Легше всього сказати, що це прагнення пізнати щось цікаве, раніше не відоме. Хоча насправді все складніше та цікавіше. Кожен має свої мотиви, ціннісні орієнтири, потреби. Можна зауважити, що завдяки спостереженню життя інших людей туризм вносить важливий внесок у культурний взаємообмін і культурні досягнення.

Туристичні практики являють собою сукупність видів діяльності протягом подорожі. У них можна виділити різні типи туризму – реальний, віртуальний і рефлексивний. Кожне осмислення і переробка інформації в процесі подорожі змінює світосприйняття і налаштовує людину на нові звершення, адже щоб кудись вирушити, треба перш відчутти відсутність чогось, потребу шукати той життєвий простір, якого не вистачає. Особливість туризму з цієї точки зору полягає в тому, що він завжди являє собою обмежену в часі подорож.

Подорож – це переміщення простором з метою виходу за межі буденності, наявного буття для пізнання себе і світу іншої повсякденності. Після подорожей усе одно відбувається «повернення до повсякденності», але її сприйняття також дещо змінюється. Г. Зіммель говорив, що пригода, яка відбувається в сьогодні, не визначає минуле, і для неї немає майбутнього. Через те, що життя стало «легким» в містах, те ж саме почало відбуватися і за їх межами, в місцях пригод, де тіло може ожити. «Тіло в русі» знаходить свої способи бути природним, пізнавати природу і рятувати себе «природньо». Пригода, таким чином, допомагає тілу уникнути пересиченості і омолодитися в моменти тілесного збудження в процесі руху. Г. Зіммель стверджує, що усі ми «є шукачами пригод на землі, але справжня пригода трапляється

тільки тоді, коли напруга стає настільки сильною, що пересилює і матерію, за допомогою якої вона і реалізує себе» [1, с. 5].

Дуже важлива і комунікаційна цінність подорожей. Як пише Г. Зіммель, людей тягне один до одного не лише з вищих міркувань, але і заради задоволення «вільної гри комунікабельності», заради тих форм соціальної інтеракції, які позбавлені змісту, суті і вищої мети. Бесіди соприсутності трапляються самі по собі і для себе, це вид «чистої інтеракції», яка може бути самоцінною [1, с. 10]. Виникає туристичний простір, в якому особливість довкілля втрачається. У структурі досягнення простору мандрівник отримує мандрівний або туристичний досвід, який часто припускає наявність елітарного романтичного хвилювання, що базується на захваті від краси. Це вимагає наявності певного культурного капіталу і дозволяє туристу або мандрівнику порівняти спостережуваний пейзаж із інформацією від істориків, географів, поетів, інших мандрівників.

Романтичні враження несуть на собі відбиток постмодернізму, оскільки саме цей тип естетичного досвіду, як правило, ґрунтується не на безпосередній перцепції дійсності, а у перцепції їх представлення, особливо художнього чи фотографічного, яке змушує захоплюватися не видом, а його ідеалізованим представленням. Це дозволяє людям підглядати за життям інших людей, переходити межі різних сфер, котрі сприймаються як уособлення певних цінностей, як висока або низька культура, художність, добрий смак або його відсутність.

Що стосується практик фотографування, то вони супроводжують просторові переміщення суб'єктів-мандрівників. Подорожні практики актуалізують проблему виробництва туристичних місць і пам'яток. В процесі цих практик накопичуються значущі для суб'єкта соціокультурні цінності, які слугують компонентом конструювання ідентичності. С. Зонтаг відмітила, що «збирати фотографії – те ж саме, що колекціонувати час. Фотографія – це експансія, символічне захоплення простору і часу» [2, с. 3].

З цього приводу цікавими відаються міркування Нельсона Грабурна, який намагається порівняти туристичну поїздку із священним таїнством. Життя сучасної людини розподіляється на трудові будні і відпочинок. Грань між невиразною повсякденністю і святковою свободою вимагає особливих ритуалів переходу. В даному випадку це: ініціації – збори, упаковка багажу, отримання візи, очікування в аеропорту, переведення годинників в літаку; і повернення – роздача подарунків, горда презентація фотографій і сувенірів, розповіді у колі близьких, комунікації в Інтернеті. Під час подорожі стан свідомості змінюється приблизно так само, як на релігійних святах, присутній той самий набір відчуттів: напруга, збудження, ейфорія, збудження поля свідомості. Події і ситуації, які з'являються під час

подорожі, стають аналогом ритуального випробування людини [3, с. 21]. Навіть така маргінальна верства суспільства, як бродяги, теж являються мандрівниками, тільки не заради задоволення. Як відмічав Г. Зіммель, існує багато мандруючих бідняків, бродяг, чие життя ґрунтується на «непосидючості і мобільності», що породжує різні «нестабільні асоціації», на зразок груп «бродячих менестрелів», для яких характерне «прагнення до постійної зміни сцени, здатність і бажання никати» [1, с. 115].

Проаналізувавши туристичні практики, можна виділити життєві стилі туристів, врахувавши те, як вони планують свої туристичні дії, а також визначити практики – набір певних дій, які можуть допомогти людині реалізуватися в конкретній сфері життя суспільства, у нашому випадку в туристичній діяльності, в якості туриста. Ці практики конструюють і відтворюють ідентифікаційні характеристики, що розкривають основні способи соціального існування людей, можливі в певній культурі у певний момент часу.

Література: 1. Зіммель Г. Большие города и духовная жизнь // Г. Зіммель // Журнал «Логос». – 2002. – №3-4. – 10 с. 2. Sontag S. On Photography / S. Sontag // DaCapo Press.-New York: 1977.-240 p. 3. Graburn N. Tourism as the sacred journey // Hosts and guests. The anthropology of tourism / N. Graburn // V. Smith (Ed.). 2nd ed. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press. : 1989.- Pp. 21-36.

Voronenko Anastasia
Kharkiv University of Humanities “Peoples Ukrainian Academy”
(Kharkiv)

Cultural Determinants of the Problem Area of Cross-cultural Communication: Classification in the Context of the Post modernity

Cross-cultural communication is a field of research that studies how people from different cultural backgrounds communicate among themselves, and how they communicate across cultures. In scientific discourse the term “cross-cultural communication” is related to the concept “intercultural communication” that gives us an ability to use them as synonyms.

Under the condition of post modernity one of the most important thing is to realize that «basic understanding of cultural diversity is the key to effective cross-cultural communication» [1]. Learning the basics of culture and at least something about the language of communication in different countries is significant. This is necessary even for the basic level of understanding required for appropriate greetings and physical contact, which can be a tricky intercultural area.

Social interaction means much more than language skills. Intercultural communication requires acquiring cross-cultural competence,

the ability to communicate effectively and appropriately with people of other cultures [2].

Miscommunication is likely to arise because of significant cultural differences between communicators that may lead to conflict, or aggravate the conflict that already exists.

Our research is focused on official communication. We have chosen four cultural determinants which are in our opinion the most important in today's cross-cultural communication: deal or relationship, formal or informal culture, tough or flexible time frames, emotions or restraint.

People from relationship-focused cultures, such as countries of the Arab world, Africa, Latin America and Asia, care for people [3]. They prefer to deal through the extensive network of personal contacts - with family, friends and people or groups they are sure they can trust to. Therefore, negotiating with strangers, especially foreigners, they feel a bit inconvenient. They prefer to learn as much as possible about their partners before conducting business with them and to have direct contact with their partners as well. The maintenance of harmony and smooth interpersonal relationships are high-priorities for them, so they intently take care of what to say and to do not to embarrass or offend others. That's why they try to use indirect statements in order to avoid conflict and confrontation. American anthropologist Edward T. Hall, an expert in the field of cross-cultural communication, for these cultures introduced the term "high context" [4]. Sincerity for them is manifested in expressing their desire to help, even if they cannot or wouldn't do a favor. Directness and frankness are equal to the immaturity and naivete. Losing self-control leads to the loss of respect and means an offence to the interlocutor. They are also characterized by a reluctance to report bad news and to say "no."

Deal-focused cultures, such as cultures of Northern Europe and Germany, the UK, North America, Australia and New Zealand, are more open with foreigners during conversations - a personal contact isn't so important for them [3]. They appreciate direct, frank, unambiguous statements, so they are easily understood during the negotiations even without context. Hall called them the cultures of "low context". It's important for them to be understood: they usually say what they mean and mean what they say. Sincerity has a tinge of honesty and frankness, and directness is a praiseworthy quality.

In addition there are cultures, concentrated on deal moderately: South Africa, Southern Europe, Central and Eastern Europe, Chile, South Brazil, northern Mexico, Hong Kong, Singapore.

In informal culture all people are considered to be equal [5]. An informal business culture fosters informal communication styles (Australia, Denmark, USA, Canada, Norway, Iceland, New Zealand).

Formal cultures - most of Europe and Asia, the Mediterranean region and the Arab world, Latin America [5]. The behavior of people from the formal culture is based on strict adherence to hierarchy and behaviors, appropriate to the status, but not on the personal preferences. Being respectful is also determined by the age, academic degrees, family status,

level of education and cultural awareness. In today's world status is rather determined by competence and knowledge, which are sufficient to be proved in practice, not in words.

Across cultures, time perception plays a large role in the nonverbal communication process. It includes punctuality, willingness to wait and interactions. The extremely punctual cultures we call monochronic (Northern Europe and Germany, North America, Japan), and the ones that can just ignore deadlines are polychronic (Arab world, Africa, Latin America South and Southeast Asia) [6]. The more industrialized countries value time more. Anyway, the main way to show respect to the partner is to come to the meeting on time.

There are emotionally expressive and emotionally restrained cultures [7]. Emotionally expressive cultures, such as cultures of Mediterranean region, Southern Europe, Latin America, tend to represent their feelings actively, have more physical contact and less physical space. They are described as loud and open. Emotionally reserved cultures, such as cultures of East and South Asia, Northern Europe, Germany, tend to hide their feelings, be quite, and tend to have less physical contact. Expressive people communicate in a fundamentally different way than the restrained people do. For example, they use gestures to emphasize importance of what they say. Highly expressive cultures appreciate straight, strong eye contact. The direct gaze can be interpreted as a hostile act by restrained cultures.

Any of the listed determinants of classification can cause conflicts in intercultural communication. Therefore, knowledge of the key features of various types of cultures minimizes problem areas in communicating of cultures' representatives. This is particularly important in the context of globalization that contributes to the spread of values and "rules of the game" of postmodernity.

References: 1. Бирюков Н. И. Взаимопонимание и взаимное непонимание в условиях глобализации / Н. И. Бирюков // Межкультурная коммуникация: современная теория и практика. – М.: «МГИМО-Университет», 2003. – С. 35-41. 2. Силантьева М. В. Межкультурная коммуникация в свете современных модернизационных процессов / М. В. Силантьева, А. В. Шестопал // Межкультурная коммуникация: современная теория и практика. – М.: «МГИМО-Университет», 2003. – С. 10-17. 3. Gesteland R. R. Cross-Cultural Business Behavior / Richard R. Gesteland. – C.: Copenhagen Business School Press; 4th revised edition, 2005. – 268 с. 4. Hall E. T., Beyond Culture / Edward T. Hall. – USA: Anchor Books/Doubleday, 1976. – 316 с. 5. Johnston K. The Difference Between Formal & Informal Corporate Culture: [Электронный ресурс] / Kevin Johnston. – Режим доступа: <http://yourbusiness.azcentral.com/difference-between-formal-informal-corporate-culture-11855.html> 6. Le Baron M. Culture-Based Negotiation Styles: [Электронный ресурс] /Michelle LeBaron. – Режим доступа: <http://gevim.co.il/wp-content/uploads/2014/01/Culture-Based-Negotiation-Styles.pdf> 7. Le Baron M. Cross-Cultural Communication: [Электронный ресурс] - Michelle LeBaron. – Режим доступа: <http://www.beyondintractability.org/essay/cross-cultural-communication>

**Частина 2. Тези учасників конкурсу наукових робіт,
присвяченому 10-й річниці кафедри політичної соціології
Харківського національного університету імені
В.Н.Каразіна**

Десять років тому на соціологічному факультеті Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна з'явилася ще одна кафедра. Новий структурний підрозділ обрав полем своєї діяльності політичну соціологію – сферу, в якій пересічна людина найчастіше зустрічається з соціологічними дослідженнями. Кафедра успішно працює і сьогодні, готуючи фахівців зі спеціалізацій «Політична соціологія», «Політичний маркетинг та політичне консультування».

Тези, розміщені далі, є стислим викладом досліджень студентів, які взяли участь у конкурсі наукових робіт, присвяченому 10-й річниці кафедри політичної соціології.

Дикань Богдан
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)

**Социологическая легитимация преступлений
(на примере холокоста)**

Субъектами преступлений могут выступать не только те, кто подчинен государству, но и сами государства. Одним из самых тяжелых среди известных преступлений, совершаемых одним государством, предстает Холокост.

Официальный дискурс западных стран стремится представить феномен нацизма и трагедию холокоста как патологию на пути развития цивилизованного общества [1]. Дополняются «аргументы» в пользу уникальности холокоста путем локализации этого явления как трагедии сугубо еврейского народа, как деятельности сугубо А. Гитлера, как события, которое могло возникнуть лишь в середине XX в. [1].

Очевидным, в силу известного выражения о том, что за любыми высказываниями стоят чьи-либо интересы, является отсутствие стремления представителей государств донести истину о

холокосте в вышеуказанных суждениях. Скорее, это случай, когда поле политики подчиняет поле науки для предоставления истории в выгодном для себя свете [2]. Цель – деактуализировать необходимость переосмысления *«традиционного понимания исторической тенденции современности, процесса цивилизации, основополагающих тем социологического исследования»* [1, с. 10].

Помимо патологизации холокоста, предпринимаются попытки его нормализации. И хотя, на первый взгляд, способы совершенно противоположны, «в действительности приводят нас к тому же результату» [1, с.11]. «Нормальным» холокост делает натурализация агрессии природы человека. Холокост, якобы, это очередной всплеск агрессии людей (и А. Гитлера, в частности), те или иные проявления которого мы встречаем в ходе всей нашей истории. Какой бы способ не выбрали, они приводят к одному и тому же эффекту – «становится слишком удобно объявить [холокост] «уникальным», но, в конечном итоге, нормальным явлением» [1, с.14].

Не призвана ли эта «нормальность» скрыть от нас другую «нормальность»?

«Есть опасения, что *холокост не был антитезой современной цивилизации* и всему тому, что она (как нам нравится думать) олицетворяет. Мы подозреваем (даже если мы отказываемся согласиться с этим), что холокост мог предъявить нам еще одно «лицо» все того же современного общества, хотя нам намного больше нравится видеть другое, привычное лицо. Мы подозреваем, что эти два лица совершенно подходят к одному и тому же телу. Но сильнее всего мы боимся, что эти два лица больше не могут существовать друг без друга, как две стороны одной медали» [1, с. 25].

«[Освенцим] был самым обычным продолжением фабричной системы. Только он производил не товары. В качестве сырья выступали люди, а конечным изделием была смерть. <...> Инженеры конструировали крематории, менеджеры разработали бюрократическую систему, которая функционировала необычайно эффективно – такому производственному рвению могли бы позавидовать *менее развитые* страны. Даже генеральный план был отражением *современного научного духа*, который был направлен на иные цели. То, что мы увидели, было не что иное, как масштабный проект *социальной инженерии...*» [1, с. 24-25]. «Правда заключается в том, что «каждая «составляющая» холокоста – весь этот комплекс вещей и событий, которые сделали его возможным, – была нормальной» [1, с. 25].

Наверняка далеко не все винтики этой машины были убежденными нацистами. Капиталистическое общество атомизировано. Оно делает так, чтобы люди превратились в функции, лишённые сознания и способности задуматься о том, частью какой системы они являются, к чему движется эта система.

«<...> Бухенвальд был нашим *Западом* в той же мере, в какой им была Красная река в Детройте – *мы не можем отрицать*

Бухенвальд как случайное умопомрачение западного мира, который в принципе здоров» [1, с. 26].

Опаснее всего то, что лечения-то и не произошло. «Мысль о том, что преступники, повинные в холокосте, были своего рода язвой или болезнью цивилизации – а не ужасающим и, тем не менее, законным продолжением, – ведет не только к морально комфортному самооправданию, но и к *страшной угрозе морального разоружения*. Все это случилось «там» - в другое время и в другой стране. Чем больше «виноваты они», тем в большей безопасности «мы» – остальные, тем меньше нам приходится защищать свою безопасность. Когда распределение вины приравнивается к выяснению причин, чистота и здравомыслие образа жизни, которым мы так гордимся, не вызывают никаких сомнений» [1, с. 12].

Если и говорить о том, что капиталистическая система в XX в. дала сбой, так это проявилось в том, что нацизм и холокост были временно приостановлены. Случилось это за счет внешнего вмешательства в капиталистическую систему – вмешательства коммунистического государства.

«Если бы нацисты одержали верх в войне, власть, которая названа определить, что следует делать, вероятно, обнаружила бы, что никакие *естественные законы* не были попорчены, и что никаких преступлений против Бога и человечности не было совершено во время холокоста. Возможно, возник бы другой вопрос: как быть с рабским трудом? Следует ли продолжать его практику в уже существующем виде, расширить или, напротив, свернуть? На этот счет были бы приняты *вполне рациональные решения*» [1, с. 26]. Реальная иллюстрация этой гипотезы – контекст становления диктатуры Пиночета в Чили.

После всех этих событий социологи продолжают считать, что «... нашей социальной теории не требуется серьезного пересмотра; наше видение современности, ее скрытого но хорошо известного всем потенциала, ее исторической тенденции более не нуждается в пристальном внимании, поскольку методы и концепции, имеющиеся у социологии, вполне годятся для «объяснения» этого, для «придания этому смысла», а значит и для его понимания. В результате возникает теоретическая самоуспокоенность... Ведь на деле ничего не произошло, чтобы можно было обосновать *другой критический* подход к модели современного общества, которая играет роль теоретической рамки и прагматического оправдания социологической рамки» [1, с. 20]. «Так, будучи *досоциальными* и *невостприимчивыми к культурной манипуляции*, факторы, ответственные за холокост, эффективно перемещаются за пределы области социологического интереса» [1, с.12].

Перед социологами следует поставить в перефразированной форме известный вопрос: «Существует ли социология после Освенцима?»; он теперь должен звучать еще более очевидно: «Имеет ли право на существование после Освенцима социология, в рамках

которой развивалась и оправдывала себя евгеника?». Но евгеника – это слишком очевидное обвинение, от которого социологи быстро отряхнутся тем, что, якобы, «мы давно это переосмыслили и раскритиковали». А вот если взять тех, кого не просто не переосмыслили, а продолжают изучать, развивая вокруг них апологетику...

«...В веберовском описании современной бюрократии, духа рациональности, принципов эффективности, научной ментальности, перевода ценностей в пространство субъективности и т.д. не упоминался механизм, который бы исключал возможность нацистских эксцессов; более того, в идеальных типах Вебера не было ничего, что вынуждало бы описывать деятельность нацистского государства как эксцесс. Например, «среди ужасных вещей, совершенных немецкой медициной или немецкими технократами, не было таких, которые оказались бы несовместимыми с той точкой зрения, что ценности имеют субъективную природу, а наука является инструментальной деятельностью, безразличной к ценностям» [1, с. 26].

Размышления Э. Дюркгейма также нельзя использовать для предупреждения нацизма. «Преступления совершают все во всех обществах всех типов» [4, с. 1], – совершенно голословно и необоснованно заявляет социолог. Вместо того чтобы критиковать устройство общества, которое ведет к увеличению количества преступности, Э. Дюркгейм оправдывает, легитимизирует устройство общества, в котором занимает не последнее положение, однако сервильное, переносит все причины на то, что преступность – это нормально для общества [4, с. 1]. Кроме того, далее, размышляя о том, что «патология не есть нечто случайное в жизни общества», Э. Дюркгейм обходит стороной следующую вероятность: причина патологии может лежать в устройстве самого общества [4, с. 1].

«Преступление заключается в совершении деяния, наносящего ущерб очень сильным коллективным чувствам» [4, с. 2]. То есть общество, допустим, даже в рамках одного государства, едино в своих коллективных чувствах? Откуда, если не из подобных абсурдных рассуждений, рождаются такие фразы, как «Deutschland Uber Alles»? У Э. Дюркгейма нормы носят в рамках одного общества абсолютный характер. Погодите, а почему же тогда преступники нарушают эти коллективные чувства. Ведь если они «нормальная» часть общества, это и их чувства тоже? «Для того, чтобы исчезли убийства, отвращение к пролитию крови должно стать большим в тех социальных слоях, из которых рекрутируются убийцы; однако прежде всего это отвращение должно с новой силой охватить все общество в целом» [4, с. 2-3]. Фраза о том, что убийцы рекрутируются «из определённых слоев», уже многого стоит. Ведь из этого может следовать, пусть и нелинейно, что есть слои, из которых убийцы не рекрутируются. Кроме того, обратим внимание на «отвращение к кровопролитию». Надо ли понимать так, что причины убийств – отсутствие этого отвращения? И, наконец: «В прежние время акты насилия над личностью встречались чаще, чем в

наши дни, так как уважение к достоинству личности было не столь сильным. По мере усиления этого чувства такие преступления стали редкими...» [4, с. 3-4]. Это Э. Дюркгейм писал за полвека до того, когда в Германии – одном из самых развитых европейских государств середины XX в. – происходили ужаснейшие преступления против личностей.

Такая социология неизбежно ведет к оправданию расового неравенства, легитимации экономического неравенства, а впоследствии информационного и умственного. Такая социология «обосновывает» положение «право имеющих», конструируя из масс мыслящих людей тардо-лебоновские «серые» массы, считающие себя «тварями дрожащими», не способными снова стать людьми «для себя». Такая социология может привести к различению на правых (в смысле, правильных... и не только в этом смысле) и топливо, разница между которыми одна: в печь или в котел.

Хотелось бы закончить слегка переформулированной фразой из баумановской «Актуальности холокоста»: *Не столько социологи могут сказать о холокосте, сколько холокост может сказать о социологах.*

Литература: 1. Бауман З. Актуальность холокоста / З. Бауман. – М.: «Европа», 2010. – 316 с. 2. Бурдье П. Начала / П. Бурдье. – М.: Socio-Logos, 1994. – 288 с. 3. Бурдье П. Общественное мнения не существует [Электронный ресурс] / П. Бурдье. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/Bur_ObMn.php. 4. Дюркгейм Э. Норма и патология [Электронный ресурс] / Э. Дюркгейм. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/546/879/1217/008x20dx40RKGEJM.pdf>.

Ёлтышева Ольга

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Роль профсоюзов в трансформационных процессах современной Украины

Стратегической задачей системной трансформации украинского общества является приобретение признаков современного демократического, социального и правового европейского государства, которое, синтезировав лучшие национальные традиции, адекватно и эффективно отвечало бы на вызовы глобализации. Социальность государства, помимо многих других индикаторов, измеряется и результативностью деятельности профсоюзов – важной составляющей гражданского общества, обеспечивающей совершенствование систем и механизмов социальной защиты труда, обеспечение социальных гарантий и помощи каждому труженику, повышение эффективности взаимодействия с органами власти и работодателями. Создание влиятельных профсоюзов, способных эффективно защищать интересы работников, – неотъемлемый атрибут цивилизованного государства. Право на образование профсоюзов внесено в Международный пакт об

экономических, социальных и культурных правах (1966 г.) и признано Международной организацией труда.

Профсоюзы выполняют достаточно широкий спектр социальных функций. Они защищают интересы рабочего класса в сфере улучшения условий труда, профессиональной подготовки, продолжительности рабочего дня, отпусков, организации производства и прочего. Следует отметить, что профсоюзы действуют как защитные организации наемных работников, не имеющих собственности, что, в свою очередь, усиливает и актуализирует роль коллективных организаций трудящихся как субъектов обеспечения безопасности государства.

Эта роль профсоюзов приобретает особое значение в условиях трансформационных процессов в государствах переходного типа, к которым относится и Украина. В Украине проводится мало исследований по проблемам влияния общественных объединений на ход событий в стране, формирования политики ее национальной безопасности, активного гражданского участия общественности, ассоциативных и институциональных форм ее самоорганизации. Актуальность исследований по этой проблематике обуславливают, в частности, такие выводы ученых:

- поступательное развитие социальных форм жизнедеятельности приводит к их дифференциации;
- происходит выделение сферы управления как отдельной области общественной деятельности;
- государство постепенно передает, а институты гражданского общества принимают на себя полномочия по контролю над сферами социальной жизнедеятельности;
- на общем фоне углубления процессов евроинтеграции и глобализации следует ожидать ослабления влияния национального государства на социальную сферу;
- общее направление изменения национальной системы социальной защиты будет определяться эволюцией европейской социальной модели в целом.

Роль отечественных профсоюзов в современных трансформационных процессах часто рассматривается только как фактор обеспечения политической стабильности. В частности, абсолютизируется "политическая мобилизация по профессиональной принадлежности", которая "имеет шанс стать фактором преодоления тенденций технолого-манипулятивной мобилизации электората", обосновывается важность наличия в обществе "профсоюзной политической силы", способной "изменить баланс сил в групповом распределении сфер влияния в парламенте, исполнительной власти и органах местного самоуправления".

Законодательное обеспечение системы социального партнерства должны дополнить принятия украинскими парламентариями законов "О социальном диалоге", "О трудовых коллективах", принятие новой редакции Закона Украины "О

коллективных договорах и соглашениях", доработки и принятия Трудового кодекса Украины, принятого в первом чтении 25 мая 2008 года, который заменил бы действующий Кодекс законов о труде, принятый еще во времена СССР.

Важным является закрепление такого правового статуса профсоюзов, который отвечал бы рыночным отношениям, к которому следовало бы отнести закрепление на законодательном уровне не только прав, но и обязанностей профсоюзных руководящих органов. Полезным мог бы быть и опыт других стран, законодательством которых запрещено включать в состав профсоюза, состоящий из наемных работников, лиц, принадлежащих к администрации (даже низшего звена).

Профсоюзное движение в Украине развивается, охватывая все формы собственности и хозяйствования на общем фоне трансформации отношений государства и бизнеса в общем направлении формирования социально ориентированной рыночной экономики, обеспечения социально-трудовой самореализации граждан, реформирования социальной политики, совершенствования процесса экономического диалога между властью и бизнесом, выполнения им социальных функций. Среди перспективных направлений деятельности профсоюзов в нынешних реалиях можно назвать такие: отстаивание прав трудового коллектива в отношениях с работодателем; представительство интересов членов профсоюзов в судебных органах и правозащитных организациях; заключения коллективных договоров с работодателями и органами власти; активное участие в разработке законов, касающихся занятости и условий оплаты и безопасности труда; создание учреждений по научно-аналитическому сопровождению развития профсоюзного движения; организация забастовок и других мирных акций протеста в соответствии с определенным действующим законодательством уставных целей профсоюзов.

Иваненко Наталия,

*Харьковский национальный университет имени В.Н.Каразина
(г. Харьков)*

Роль СМИ в конструировании политического имиджа государства

Бурные изменения в жизни мирового сообщества приводят к «размыванию» государственных границ, усиливается конкуренция между странами, происходит взаимное информационно-коммуникационное вмешательство со стороны государств. Идет борьба не только и не столько за территорию, сколько за информацию, за доминирование в киберпространстве. Как никогда актуальна пословица: «Кто владеет информацией – тот владеет миром».

В таких условиях макиавеллистский термин «государственная маска» обретает новый смысл и становится стратегическим ресурсом. Пожалуй, на карте мира на данный момент вы не найдете государство, которое не интересовалось бы своим имиджем, своим «внешним видом». Ведь целенаправленная политика формирования привлекательного имиджа государства способствует защите его национальных интересов, обеспечивает ему поддержку мирового сообщества, а значит, и достижение внешнеполитических целей.

Под политическим имиджем мы будем понимать совокупность эмоциональных и рациональных представлений, которые формируются в сознании граждан государства и международного сообщества. Такой имидж создаётся в процессе коммуникативного взаимодействия субъектов экономической, социальной и политической жизни как внутри страны, так и за её пределами. Значит, политический имидж государства как его сконструированный образ имеет два основных адресата: общество внутри и мировая аудитория. Очевидно, что ни одно государство не имеет другого выбора: оно вынуждено участвовать в этой игре по созданию позитивного имиджа, чтобы не стать аутсайдером.

Особенностью имиджа в целом, и политического в частности, является то, что он изменяем. Выступая «живой» коммуникативной основой позиционирования власти, имидж можно корректировать, переделывать, направлять для того, чтобы сформировать определенное видение у общественности.

И здесь как раз СМИ играет важную, если не ключевую, роль. Именно через СМИ происходит информационный поток в умы граждан различных государств. Поэтому, оперативно и своевременно предоставляя политическую информацию широкой аудитории, СМИ, тем самым, становятся той силой, которая формирует политический имидж.

Сегодня всё реже современные медиа выступают как описывающие ситуацию, и всё чаще – как формирующие её. Арсенал приемов, используемых СМИ в процессе создания общественного мнения, достаточно велик: это и замалчивание одних фактов и выпячивание других, и публикация ложных сообщений, и пробуждение в аудитории определенных эмоций с помощью визуальных средств или словесных образов, и, конечно же, апелляция к системе ценностей определенного общества и т.д. Кроме того, к эффективным приемам воздействия можно отнести использование совпадения интересов, прием подмены стереотипов, увязку новых стереотипов со старыми, выпячивание чувств отдельных групп, стимулирование столкновений и т.д. В общем, всё, что мы сегодня наблюдаем в деятельности украинских СМИ.

Остановимся на стереотипах. СМИ эффективны в их формировании и распространении. Стереотипы являются важнейшим инструментом создания политического имиджа, ведь они заметно влияют на общественное сознание и поведение людей. Опасность

стереотипов в том, что они уведут людей от логики здравого смысла, делают их некритичными к воспринимаемой информации, легко управляемыми. Стереотип не должен быть сложным, трудным для понимания. Имидж, состоящий из стереотипов, избегает многогранности и стремится к однобокости, простоте, доступности, усвоению каждым человеком без особых мыслительных усилий.

«Открытый» эфир, «свободное» телевидение и «независимая» пресса часто таковыми не являются. Это те инструменты, с помощью которых политические силы, заинтересованные в строго определенном освещении событий и деятельности конкретных политических лидеров, осуществляют прямое манипулирование, распространение мифов.

Как это происходит? Предлагаю рассмотреть процедуру построения политического имиджа. Моделирование политического образа – это сложная целенаправленная работа специалистов по моделированию виртуального образа, который состоит из четырех базовых компонентов. Предлагаем их рассматривать как уровни имиджа:

1. Базовый материал, который перед этим обрабатывают с целью минимизации негативных и максимизации позитивных качеств.
2. Модель, которая накладывается на подготовленный начальный материал.
3. Неминуемые искажения, которые вносятся каналами трансляции имиджа – СМИ.
4. Результат активной самостоятельной (условно самостоятельной) работы аудитории, усваивание и переваривание общественностью полученной информации.

На выходе имеем констатацию в сознании субъектов итогового целостного имиджа на основе навязанной модели, но с учётом собственных представлений каждого индивида.

Таким образом, основной задачей СМИ в процессе конструирования политического имиджа является создание и распространение политических мифов как «комплекса идей, которые массы готовы рассматривать в качестве истинных независимо от того, истинны они или ложны в действительности». Именно такое определение политических мифов даёт Г. Лассуэлл.

Любая политическая PR-компания в СМИ представляет собой драматическое зрелище. Здесь присутствует главный герой и злодей-антагонист, есть определенные обстоятельства и препятствия, которые герою приходится постоянно преодолевать. По сути, предвыборная кампания – это не что иное, как спектакль. На международной арене всё происходит по такому же сценарию, только в качестве героев и злодеев выступают не конкретные люди, а государства.

Из возможных сюжетов политического мифа можно выделить четыре основные:

- Миф о заговоре (негативные явления воспринимаются как результат тайного воздействия сил тьмы!).

- Миф о золотом веке (приглашает окунуться в светлое прошлое, где царило равенство и братство, а мир был прост и понятен, рассматривая прошедшие события как предысторию к идеальному будущему, ожидающему всех впереди).

- Миф о герое-спасителе (появление харизматического лидера, который, воплощая в себе качества пророка, полководца-воителя и в то же время нравственного идола, способного спасти что бы то ни было от всех бед).

- Миф о единстве (базируется на противопоставлении «свой»-«чужой», «друзья»-«враги», «мы»-«они», где они, враги – причина всех несчастий, они пытаются отобрать все наши богатства, ценности, поэтому необходимо противостоять «им»).

Как видим, внедряя тот или иной миф, СМИ способны управлять политическим имиджем, преподнося его в позитивном или негативном ключе.

Капнинова Марина

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Маркирование политического пространства: демократия на стенах города

То, что является причиной столь длительного спора, столь желаемой цели, живет немой языком на стенах мертвого города (мертвых институтов). Именно стены стали местом волеизлияния всех молчащих. Именно они стали тем пространством, которое приняло на себя всю тяжесть «нынешнего дня». Пространство требует знаковой системы, требует своего языка общения.

Политические пространства понимаются мной как любые места сосредоточений власти или же её выражения. Или же «*как среда реализации политических решений*». В действительности, отделить политическое пространство от какого-либо другого (физического, социального) практически невозможно. Как можно находиться в политическом, но не социальном пространстве?

Народная мудрость «или ты их, или они тебя» срабатывает не только по отношению к людям, но и к стенам. Или ты разрисуешь стены, или стены заставят тебя НЕ рисовать на них. Белые стены коридора больницы отягощают тебя своим контролем: на них-то рисовать уж точно нельзя. Но в тот момент, когда ты находишь на них картиночки или стикеры, ты улыбаешься. Ты ощущаешь пусть и мнимую, но свободу действий.

Следует отдельно рассматривать реакцию тех, кто поддерживает белые стены. Безусловно, они правы в своих взвешенных и рациональных доводах о вандализме, о бескультурной молодежи и прочих упреках бессмысленного самовыражения.

Однако возмущение вызывает именно маркирование пространства. Маркирование в данном случае заменяет достаточно неприятное слово «пометили», ибо метить где угодно позволительно только животным. Хотя в итоге творцы граффити делают то же самое: учреждают свою власть над конкретной территорией.

Практически все здания помечены изначально. Будь то номер дома или же табличка «Студенческая поликлиника № 20». Создатель граффити проявляет акт непризнания как самой идеи частных стен, так и тех правил, которые диктуют эти стены. Он обошел существующую власть и продемонстрировал свой способ борьбы. Даже ошибки в словах не случайны. Чаще всего, используется тот язык, который более понятен *всем*, ибо к этим *всем* он и обращался.

Парадоксально, но факт: толку от прямой борьбы куда меньше, нежели от мелкого вандализма. При этом свобода слова привела к самовыражению не только желающих высказаться, но и нежелающих тоже. Если же стены стали местом проявления свободы слова, то предполагается наличие какого-либо противоречивого дискурса по отношению к существующим обладателям власти. Недаром даже в сети «вКонтакте» место выражения собственного «бреда» называется «стеной».

Мы можем наблюдать две типичные ситуации проявления легитимации незаконной деятельности. Во-первых, несложно спровоцировать целые группы людей рисовать на заборах полную чушь – тогда и ценность забора как пространства самовыражения будет меньше, и ценность других записей тоже. Кто будет читать надписи на плоскости, на которой привычны только ругань и безграмотность? Какой-то школьник написал «тут был я», тем самым маркировал место лишь для себя – и лишил это место статуса свободного пространства. Вместо того, чтобы дать возможность каждому быть причастным к высказыванию.

Вторым способом контроля пустого пространства, которое может обрести ненужный культурный/социальный/политический смысл, стало заполнение стен «нужным» контекстом. Начиная от рекламы, заканчивая политической символикой партий и одобряемым искусством.

Появление конкуренции в деле заполнения стен города становится особенно интересным на уровне повседневных взаимодействий людей. Жителям многоэтажек проще самим зарисовать стены подъездов картинками, дабы в страхе утром не увидеть надпись матерную, политическую, идеологическую et cetera. Такие примеры – неугодных надписей – мы можем найти повсеместно. Начиная с маниакального влечения в «14/88», заканчивая любовью к 2-х, 3-х цветным флагам.

Еще год назад «триколы» или желто-синие флаги были помещены на все возможные стены или аналогичные подходящие пространства. Утром ты мог определить, кто сегодня правит «на твоём районе», увидев перечёркнутую символику какой-либо стороны.

Будет уместным вспомнить о моде на «политическое искусство» в нашей ситуации. Наименовать искусством деятельность победивших считается естественным в глазах людей; что это, если не культурные механизмы власти? Принципиально важным остается понимание соотношения «искусства» / «политики» («искусство и политика», «искусство в политике», «искусство для политики»). Кто знает, не совершает ли политический акт завтрашнего общества тот, кто сегодня маркирует свободное пространство музыкальной или литературной символикой?

Кушнир Юрий,
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)

Характеристики социально-политического сознания как фактор эффективности манипуляции СМИ

В условиях демократического режима государственный аппарат принуждения имеет четкую регламентацию и ограниченность нормативно-правовыми актами. По этой причине в таких политических режимах распространена практика манипулирования, а не прямое принуждение индивида к действию. Манипуляция осуществляется в тесной связи с искажением действительности, изменением восприятия индивида внешней среды. В современном мире, где социальная интеракция между индивидами происходит не только физически, но и посредством системы коммуникаций (Интернет, голосовая почта, мобильная связь, социальные сети, и т.д.), сознание индивида представляет удобную среду для внедрения установок, выгодных властным политическим группам. Поскольку эти группы в большинстве случаев контролируют СМИ и СМК, само внедрение представляется несложной задачей.

Манипулирование сознанием является латентным и присутствует во всех видах современных социальных коммуникаций. В то же время, используя разные средства и типы СМК, манипулятор ставит разные цели (сравните простейший маркетинговый ход с «ненавязчивым» требованием: «Купи!» и продолжительную цепочку политического пиара). Манипуляция мы рассматриваем как латентное влияние на социально-психологическое сознание индивида путем его подталкивания к необходимым действиям.

Манипуляция осуществляется с помощью изменения механизмов апперцепции среды, в которой находится индивид. Субъекты манипуляции, как правило, представлены средствами массовой информации (СМИ) и средствами массовой коммуникации (СМК). Обилие средств донесения информации до масс детерминировано тем, что, во-первых, существует разница в технологическом развитии регионов, а, следовательно, и существующих в нем средств коммуникации, во-вторых, «мифом о плюрализме СМИ».

Информация, транслируемая СМИ, призвана изменить установки индивида, которые отвечают за поведение в социальной среде, в обществе. Распространяемая информация должна попасть от производителя к реципиенту и усвоиться на двух уровнях: на символическом и практическом. В посыле информации СМИ стремятся контактировать скорее с бессознательной частью личности, нежели сознательной. Чаще всего к манипуляции общественным сознанием прибегают представители СМИ в демократических режимах, что объясняется, помимо прочего, и отсутствием каких-либо санкций за манипулирование. В таком социальном поле все решается с помощью внушения необходимого образа мыслей.

Так как СМИ апеллируют к бессознательной части личности, можно составить перечень наиболее востребованных характеристик для успешной манипуляции индивидуальным социально-политическим сознанием. К таковым, на наш взгляд, можно отнести: веру, надежду (как производную от веры), чувство патриотизма, невроз, страх, слабость, предрассудки, склонность к мистицизму (суевериям). Таким образом, существует множество предпосылок в самом человеке для манипулирования его сознанием. Например, страх так или иначе проявляется у каждого индивида, и потому к этому врожденному чувству СМИ апеллируют с завидным постоянством. Страх - удобный для манипулирования инструмент, использование этого инструмента влечет за собой появление возможных «бонусов» в виде чувства вины, невроза, психологических слабостей. Вера, как и страх, так же относится к «врожденным» свойствам человека: каждый представитель какой бы то ни было большой или малой социальной группы во что-то да верит. Для подпитки «верований» создаются идеологические мифы: например, так называемая американская мечта; её основная функция – не допустить, чтобы вера казалась беспочвенной. Необходимо подтверждение верований на практике, некое доказательство, что данное верование – не утопично. Веря во что бы то ни было, индивид создает прецедент для того, чтобы его верой использовались манипуляторы с целью получения тех или иных дивидендов. Растиражированными идеологическими штампами являются «вера в лучшую жизнь», «вера в светлое будущее» и «вера в общественный прогресс».

«Надежда» как инструмент манипулирования коррелирует с верой. По сути, она является производной от веры, и может успешно использоваться для манипуляции сознанием. Надежда – это то, что способствует появлению устоявшихся (но чаще всего мнимых) причинно-следственных связей, которые именуются верой. Слабость так же, как вера и страх, свойственна человеку; причина тому – сама человеческая природа и объективное несовершенство человека как биологического вида. Свою слабость человек в современном обществе часто пытается компенсировать потреблением. Потребление, доведенное до абсолюта, формирует зависимость, а зависимостью очень удобно манипулировать. Ведь за получение доступа к неким практикам

и продуктам необходимо нечто отдать взамен, и это, в современной действительности, могут быть не обязательно деньги. Следовательно, слабость является предвестником успешной манипуляции сознанием и действиями индивида.

Наиболее частым способом классификации СМИ в политике является их разделение на провластные и оппозиционные (хотя с нашей точки зрения этот способ мало что даёт в силу идентичности средств манипулирования).

Провластные СМИ апеллируют к вере в стабильность, развитие и отсутствие конфликтов в обществе, к страху перед неизведанными изменениями, приводя в пример кровавые революционные изменения. Оппозиционные СМИ апеллируют к чувству веры в то, что действующую власть можно сместить, и после этого акта автоматически произойдет развитие социальной формации со всеми вытекающими последствиями. И те, и другие используют одинаковые механизмы манипулирования сознанием: различие в том, что оппозиционные СМИ чаще акцентируют внимание на разнородности масс и наличии конфликтов.

Резюмируя, стоит отметить, что манипуляции со стороны СМИ наиболее успешны, когда искаженная причинно-следственная связь апеллирует к эмоциям индивида, а именно, к вере и страху: чем выше эмоциональность индивида, тем больше он подвержен манипулятивному воздействию и восприимчивости по отношению к СМИ.

Нехаенко Оксана,

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(г. Харьков)*

Роль дискурса социальных сетей в формировании политического сознания

Одной из главных характеристик современности является растущее влияние политического сознания на социальные процессы. Во-первых, это объясняется трансформациями мировой политической системы, происходящими в XX в. Во-вторых, влияние на изменения сознания оказывает разветвлённая сеть СМИ. В условиях развития политических рекламных и пропагандистских технологий изучение особенностей функционирования средств массовой коммуникации (в том числе и социальных сетей) представляет особый интерес для социолога. Необходимо выяснить, как формируется политическое сознание и какова, в свою очередь, роль социальных сетей, как инструмента информационно-коммуникационного воздействия.

Политическое сознание – совокупность социально-экономических и идеологических факторов, которые закрепляются в психике в виде установок, влияющих на практическую политическую деятельность. Новые технологии изменили природу политики, придав

ей виртуальность. Социальные сети, блогосфера, форумы – источник обновляющейся информации, мощно воздействующий на поле политики.

Рассмотрим факторы и особенности влияния социальных сетей на общественное сознание. Социальные сети: 1) используются как рядовыми гражданами для освещения какого-либо значимого вопроса или события, так и политиками для освещения их деятельности; 2) выступают в качестве инструмента мобилизации масс и координации протестных движений; 3) включают наибольшее количество зарегистрированных пользователей; соответственно, имеют значительный охват аудитории. В фокусе нашего внимания находится социальная сеть ВКонтакте: согласно собственной статистике сети, количество пользователей из Украины составляет более 22 млн. Публичные сообщества ВКонтакте (т.н. «паблики») – уникальный кейс, который позволит рассмотреть на нескольких простых примерах то, как осуществляется трансляция политических мифов и идеологием.

В сообществах используются практически одинаковые дискурсивные приёмы и механизмы воздействия на сознание. Например: факт высмеивания лидера противоборствующей стороны необходим для того, чтоб сконцентрировать негативные эмоции на конкретном объекте. Нужно персонифицировать образ врага, сыграть на контрасте, противопоставляя сконструированному негативному образу точно также сконструированный позитивный образ «своего правителя», который (как противовес) является «рациональным», «инициативным» и т.д. Вместе с тем «подогревается» и нетерпимость и к представителям противоборствующих точек зрения.

Кроме того, происходит навешивание ярлыков (например, субъекты взаимодействия разбиваются на два лагеря). На тщательно подготовленном негативном фоне создается свой собственный пример – привлекательный и правильный. Единственное явное определение, которое всегда будет четко прослеживаться – это связки-противопоставления «я и иной» или «мы и другие».

Символическая языковая система действует и влияет на массовое сознание гораздо быстрее, чем это может улавливать индивид. Потому в повседневный дискурс вклиниваются те обороты и фразы, которые изначально использовались исключительно в рамках интернет-сообществ. Однако они настолько прочно укореняются в индивидуальном сознании, что постепенно перестают восприниматься исключительно как сетевой сленг.

Очевидно, что идеологическое противостояние в социальных сетях, в первую очередь, закрепляется на уровне символов. Политические символы конструируют настроения, являясь важнейшим фактором восприятия политических событий и процессов. С практической точки зрения, эффективность манипуляции символами определяет качество и скорость моделирования массового сознания, его соответствие конкретным историческим условиям. В кризисных ситуациях символы подвергаются разрушительной силе масс в первую

очередь, поскольку они, хоть и не являются общественными институтами, но транслируют смыслы, которые ассоциируются с теми или иными институциональными принципами. Однако поскольку борьба против институтов недостаточно эффективна, то протестный потенциал выплёскивается в борьбу с символами.

В качестве резюме отметим, что особенностью современных средств массовой коммуникации является иллюзия плюрализма выбора. Миф об индивидуализме и свободном выборе источников информации подготавливает почву для политических манипуляций и моделирования сознания. Мало кто из пользователей рассматривает социальные сети, как арену, где происходит противоборство политических сил и направлений, хотя сегодня политическая деятельность активно интегрируется в интернет-пространство. Еще Г. Маркузе отмечал, что инновационные технологии превращают общество в тоталитарное. В управление внедряются эффективные, но обманчивые способы контроля индивидов. Технологии, служащие системе господства, по мнению Маркузе, упрощают восприятие людей, подавляют индивидуальность и внутреннюю свободу личности. Несмотря на то, что Маркузе не дожил до начала XXI столетия, его идеи не теряют актуальности, а осмыслиются совершенно по-новому через призму опыта. Современные политические мифы формируются в среде информационного изобилия. При помощи социальных сетей искусственно создаются конкретные образы и представления. Информация, которая выдаётся дозами (посты), не является объемной и не требует критического переосмысления, а подаётся как постулат. В большинстве случаев публикуемые посты выполняют идеологическую функцию, апеллируя к эмоциональной составляющей. Но при этом они могут основываться не только на эмоциональном компоненте, но и психологическом, убеждающем, манипулятивном и другом воздействии. Особое значение уделяется сфере логоса, поскольку язык является одним из мощнейших средств влияния на общественное сознание.

Отт Марина

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Поликультурность в украинском обществе на примере ромской диаспоры

Поликультурность существует в условиях дробления культуры и ее функционирования в глобальном пространстве: культура перестает быть замкнутой на одной территории, носители каждой культуры рассеиваются по разным территориям, при этом сохраняя свою идентичность. Исследовать общество в условиях наличия в нем многообразия культур – это значит производить социокультурный

анализ, обращая внимание на то, как культурные факторы задают фрейм социальной реальности [1].

Так, наряду с титульной нацией, в Украине проживают представители около 130 национальностей [2]. В таком случае вопросы социальной адаптации, возможностей и равенства рассматриваются уже не в контексте одной нации как закрытого образования, а в контексте общества разнообразных социальных характеристик, одной из которых выступает национальность. Рассматривая нацию как носителя культуры определенного сообщества, мы получаем мозаичную картину современного общества, где каждая культура – это элемент мозаики [3]. Разнообразие, множественность элементов дает красоту мозаики, где каждая часть создает неповторимость целого. Говоря о множественности социальных позиций в современном обществе, о разнообразии культур в нем, мы выходим на идею поликультурности, заключающуюся в том, что современное общество – это общество культурной неоднородности. Неоднородность означает, что во всем многообразии представленных в обществе позиций каждая отдельная является уникальной, при этом плюрализация культурных форм ведет к автономизации каждой культуры в обществе. Широкое распространение ромского населения на территории Европы служит примером поликультурности: будучи кочевым народом со своими культурными особенностями, ромы сохраняют определенную долю этноцентризма, дополняя доминирующую культуру своей. Одним из наиболее важных аспектов интеграционного процесса является решение проблем социальной сферы.

Ромское меньшинство сформировалось в результате исторических переселений и сегодня существует в виде компактных, сплоченных поселений, демонстрируя культурные особенности своей нации, поэтому его можно рассматривать как диаспору [4]. Вместе с тем, ромы являются кочевым народом, что означает его временное присутствие на территории и распыленность по всей Европе. Как отмечает Перотти, ромы являются транснационалами, рискующими стать мишенью нетерпимости. Стереотипный образ ромов, активно формируемый СМИ, делает ромов наименее привлекательными для установления контактов. При этом дискриминационные практики по отношению к ромам, существующие, прежде всего, в социальной сфере, способствует антагонистическим отношениям между ромами и доминирующей культурой [4, с. 45]

Мультикультурализм – это политика интеграции в общество национальных меньшинств, и стратегия управления межнациональными и межкультурными отношениями. Сегодня в Украине проблемами ромов занимается ряд организаций, чья работа направлена на реализацию политики мультикультурализма относительно ромов (среди них: «Ромський жіночий фонд “Чіріклі”», «Рома України», «Товариство циган Закарпаття “Рома”», «Община цыган “Аме Рома”» и др.). Идея поликультурности отражает культурную неоднородность общества как его социокультурную

реальность. Политика же мультикультурализма – это политика признания, подразумевающая, что представителя другой национальности необходимо идентифицировать и признавать как другого, отличного, и состоящая из способов определения индивида среди схожих в социальном пространстве и индивида как «самость» [5]. Политика мультикультурализма ставит разные культурные общности в оппозицию, так как их сосуществование опосредуется признанием, принятием, и требует организации, реализации, то есть является чем-то проблемным, неестественным.

Обсуждением мультикультурализма как политики, направленной на интеграцию меньшинств в общество а priori определяется тот, кто слабее, беспомощнее, кто нуждается в защите и тот, кто главнее, сильнее: меньшинство и доминанта. Говоря о многообразии в контексте мультикультурализма тех, кто принадлежит к декларируемым меньшинствам, выносят на границу общества, маргинализируя их [6]. Сам дискурс мультикультурализма, актуализируя вопросы чуждости, способствует откладыванию реализации постулируемых им ценностей.

Так, дискурс угнетенных по отношению к ромской диаспоре практикуется как в СМИ, так и в социологических опросах и законодательных актах. Тем самым актуализируется восприятие ромов как враждебных, чужих по отношению к украинскому обществу. Так, подчеркивается специфика культуры, тем самым формируя соответствующее отношение к представителям ромской диаспоры. Например, при объяснении использования методологии исследования: невозможность количественного исследования объясняется специфичностью объекта исследования (закрытостью группы, компактностью проживания, нежеланием идти на контакт и т. п.); также качественные методы дают более надежные данные, так как при работе с данным объектом весомую роль играют языковой барьер и низкий уровень образования ромов [7]. Сложность в изучении ромов, их интеграции в украинское общество обусловлено отсутствием статистических данных о нем и, как следствие, невозможность рассчитать выборку.

Литература: 1. Социокультурный подход в социогуманитарных науках: Обмен смыслами / Н. Черныш, О. А. Ровенчак // Социология: теория, методы, маркетинг. – 10/2005. – № 4. – С.92-103; 2. Всеукраинская перепись населения. – Режим доступа: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/rus/>; 3. Гирц К. Польза разнообразия / К. Герц; пер. с англ. // THESIS, 1993. – Вып. 3. – С. 168–184; 4. Полікультурність у всіх її проявах // Перотті А. Виступ на захист полікультурності / А. Перотті; пер. з фр. – Л. : Кальварія, 2001. – С. 31–48. 5. Культурные идентичности: превращения и признания / Н. Костенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 4. – С. 69–88; 6. Hooks B. A revolution of values: the promise of multicultural change / B. Hooks / The cultural studies reader / edited by Simon During. – Routledge: 2nd ed. – p.233-240; 7. Вивчення правових потреб ромського населення в Закарпатській та Черкаській

Черняк Ксения

*Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина
(г. Харьков)*

Индивидуализация общества как фактор возникновения антидемократических режимов

Процесс модернизации общества ознаменовал начало трансформации традиционных ценностей и переход общества на качественно новую ступень развития. С этого времени можно говорить о начале такого процесса, как индивидуализация, в ходе которой индивид становится автономным и освобождается от правил и норм, происходящих из общественного сознания [1].

Тема индивидуализации – одна из центральных в рамках изучения современного и постмодерного обществ. Она начала развиваться еще в работах Т. Гоббса, Дж. Локка и А. Смита. Ею занимались У. Бек, З. Бауман, Э. Тоффлер, Х. Арендт, Э. Фромм, П. Бергер и др. В работах К. Маркса, Г. Зиммеля, М. Вебера и Ф. Тённиса можно встретить упоминания этого явления. Но сейчас процесс индивидуализации имеет новые формы проявления, можно оценить результаты, к которым он приводит. Говоря о последствиях индивидуализации, вышеупомянутые социологи часто отмечали, что типичным членом общества становится человек с индивидуально ориентированным сознанием, для которого высшей ценностью становится личный успех, независимость, чувство собственной исключительности и стремление к самоутверждению [2]. При этом он часто является одиноким, отчужденным от других людей, не уверенным в завтрашнем дне.

Рассмотрим такое последствие индивидуализации, как возникновение антидемократических политических режимов. Исследовательский вопрос можно сформулировать так: может ли индивидуализация влиять на становление или рост популярности антидемократических настроений?

Понятие индивидуализации тесно связано с понятием атомизации – обособлением индивидов друг от друга вследствие распада социальных и личностных взаимодействий между ними [3]. Считается, что атомизация общества стимулирует активизацию авторитарных сил. Во-первых, атомизированные люди становятся удобным объектом для манипулирования. Во-вторых, сильный недемократический режим (например, тоталитаризм) имеет для социально одинокой личности психологическую привлекательность [4].

Э. Фромм объяснял такой конформизм и послушность личности при тоталитаризме как давлением со стороны лидера, так и универсальными качествами бессознательного в человеке. Одно из таких качеств проявляет себя при чувстве потери и страхе за свою

безопасность и вырождается в феномене «бегства от свободы». Ужас хаоса и анархии, распад традиционных связей (явления периодов кризиса и революции) стимулирует людей искать вождей, которые смогут взять ситуацию в свои руки и восстановить общественную стабильность. Эти теории Э. Фромм вывел, наблюдая за событиями первой трети XX в. [5].

Обычно возникновение антидемократических режимов в прошлом столетии связывают, прежде всего, с кризисом после Первой Мировой Войны, недовольством существующей властью, жадной перемен, кризисом либерализма, распадом устоявшихся общественных ценностей и выходом на политическую арену оппозиции или маргинальных политических сил. Но есть ряд предпосылок, которые не всегда указываются в общем анализе – урбанизация и возникновение массового общества, процессы деклассирования общества, разрыв социальных связей. Все три названные предпосылки напрямую связаны с атомизацией общества, которая и происходила в ряде стран в начале XX в. Влияние атомизации можно проследить и в таких причинах тоталитаризма, как кризис либерализма, распад устоявшихся ценностей, ожидание перемен здесь и сейчас.

Атомизация не была достаточным фактором для формирования симпатии к антидемократическим режимам, однако она была необходима для укрепления некоторых причин, а иногда и их формирования. Но в фокусе нашего внимания все еще остается индивидуализация как более либеральная форма, которая не всегда предполагает атомизацию. И разобраться в том, может ли индивидуализация повлиять на рост популярности и становление антидемократических режимов, не переходя в крайнюю форму, наша основная задача. Отличие индивидуализации от атомизации состоит в том, что индивидуализация не порождает кризисные тенденции сама по себе. То есть, при стабильности общественной, политической и экономической ситуации индивидуализация будет способствовать личностному росту и саморазвитию индивида, осознания им собственной ценности и значимости. Но в кризисные периоды, периоды социальных волнений и беспорядков могут проявляться негативные аспекты индивидуализации, которые будут вести к росту популярности крайне правых и крайне левых движений.

Сейчас в западных государствах на фоне низкой политической активности назревают проблемы, вызванные политикой либеральных партий, в т. ч. направленной на распространение принципов демократии. Среди них можно выделить проблему миграции (вследствие чего развился кризис мультикультурализма); экономический кризис, вызванный кредитным провалом и поставивший часть стран ЕС на грань банкротства; угроза распада ЕС и части европейских стран (Испания, Великобритания, Бельгия); старение и сокращение коренного европейского населения [6].

Вследствие данных проблем в европейском обществе начинают меняться политические настроения и отмечается социальная

нестабильность. На последних выборах в Европарламент первые три места заняли правоцентристская Европейская народная партия, левоцентристская Партия европейских социалистов и либеральный Альянс либералов и демократов за свободу. Локально по Евросоюзу также наблюдается рост популярности правых и левых движений. В Болгарии на выборах 2014 г. консерваторы заняли первое место, а вот социал-демократы сильно сдали – они получили на 11 % меньше голосов, чем годов ранее. В Венгрии уже вторые парламентские выборы подряд первое место занимают национал- и социал-консерваторы. В Италии в 2013 г. первые места заняли Евроскептики и левые социал-демократы. Во Франции резко поднялась поддержка националистов и право-экстремистов, в 2012 г. они заняли третье место на парламентских выборах, хотя до того не попадали в Парламент вообще. Даже в Швеции националисты, обычно бывшие на последних местах, также поднялись на третье [7]. Индивидуализация общества сыграла в этом не последнюю роль. Люди, привыкшие жить для себя и в свое удовольствие в стабильные времена расцвета Евросоюза, начинают замечать, что толерантность и свобода самовыражения начинают рушить привычные устои их жизни. Европейцы начали искать защиты в националистических (и, отчасти, левых) движениях, которые предлагают быстрые и неординарные решения проблем.

Подведем итоги. На становление и рост популярности антидемократических режимов непосредственно влияет атомизация общества. Индивидуализация же может оказывать такое влияние только в период кризиса и нестабильности. Это позволяет сделать предположение, что если ситуация в Западной Европе будет усугубляться, т. е. ведущие европейские политики не смогут быстро и эффективно разрешить сложившуюся ситуацию, то в ряде европейских стран может возникнуть авторитарный режим, скорее всего, с либеральным уклоном.

Литература: 1. Медяник М. В. Некоторые аспекты процесса индивидуализации современного общества / М. В. Медяник // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С. 333-336. 2. Орховская Л. А. Медиакультура информационной эпохи в контексте проблемы индивидуализации общества [Электронный ресурс] // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. 27.01.2014. – Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2014/filos2.html>. 3. Социология: Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sociology_encyclopedia.academic.ru/977/. 4. Литав Г. Научная работа [Электронный ресурс] / Сайты ЛВ. – Режим доступа: http://www.russianlife.nl/kritika/nauchnaja_rabota_galini_litau.htm; 5. Юрий М.Ф. Политология. Учебное пособие. – К.: Дакор, КНТ, 2006. – с. 112-117. 6. Самсонов А. Основные внутренние проблемы Европы [Электронный ресурс] / Военное обозрение. От 11.04.2011. – Режим доступа: <http://topwar.ru/4154-osnovnye-vnutrennie-problemy%20evropy.html>. 7. Parties and elections. 1997-2015. Access mode: <http://www.parties-and-elections.eu/>.

Наукове видання

Соціологія у (пост)сучасності

Збірник тез доповідей

XIII Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів

(Харків, 23-24 квітня 2015 р.)

Українською, англійською, російською мовами

Відповідальна за випуск Л. М. Хижняк

Дизайн обкладинки І.М. Дончик

Комп'ютерне верстання
Черняк К.В., Калашнікова А.О.

Підписано до друку 20.04.15 Формат 60х84/16.

Друк ризографічний. Папір офсетний.

Ум. друк. арк. 8,09. Обл.-вид. арк. 9,24

Тираж 100 примірників.

61022, м. Харків, майдан Свободи, 4

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Видавництво Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

Надруковано Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

61022, м. Харків, майдан Свободи, 4

Тел. 705-24-32

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09