

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Соціологічна асоціація України
Дніпропетровське обласне відділення

СОЦІОЛОГІЧНІ ДИСКУРСИ
Матеріали V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених
(м. Дніпро, 10 грудня 2021 року)

Дніпро
Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+»
2021

УДК 316 (082)
ББК 60.5я43
С 70

С 70 Соціологічні дискурси: Матеріали V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених (м. Дніпро, 10 грудня 2021 року) / відповідальний за випуск, професор В.В. Кривошеїн. Дніпро: Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+», 2021. 104 с.

Подані матеріали V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених «Соціологічні дискурси», яка відбулася 10 грудня 2021 р. у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для всіх, хто цікавиться різним аспектам соціальних проблем.

УДК 316 (082)
ББК 60.5я43

ISBN 978-617-95184-4-7

© Дніпровський національний
університет імені Олеся Гончара, 2021
© Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+», 2021



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РАЦІОНАЛЬНОЇ БЮРОКРАТІЇ МАКСА ВЕБЕРА

*Антонова Катерина Сергіївна, здобувачка вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
(м. Дніпро)¹.*

Суспільний та науковий інтерес до феномену бюрократії набуває особливого значення в другій половині XIX – на початку XX ст. – період трансформації державної влади в країнах Заходу. Комплекс поглядів на проблеми взаємодії суспільства та бюрократії німецького соціолога Макса Вебера оформлений в концепцію раціональної демократії в науковій праці «Господарство і суспільство». Концепція Макса Вебера є класичною, що стала основою для подальших наукових розвідок щодо напрямків організації державної влади.

Макс Вебер визначає бюрократію, як організаційну форму раціонально-легального типу державної влади. Вебер ідеалізує бюрократію, визначаючи високу ефективність її діяльності та характеризує бюрократію з точки зору організаційного панування, де суспільство є консолідованим, а влада діє виключно в інтересах суспільства. Бюрократичне правління відбувається на основі знання. І в цьому полягає його раціональність. Макс Вебер намагався визначити шляхи досягнення суспільно-владного компромісу, який би забезпечив уникнення суперечностей та непорозумінь між діаметрально протилежними суспільними верствами.

Макс Вебер визначає два типи бюрократії: традиційна та раціональна. Головною метою традиційної бюрократії є збереження традиційного укладу суспільного життя, а сферою її впливу є державне управління. У свою чергу сучасна раціональна бюрократія, базується на приватно-господарській діяльності та на відміну від традиційної, абсолютно не пов'язана з традиціями. Головною метою цього типу бюрократії є забезпечення виробництва на великих підприємствах. Раціональну бюрократію М. Вебер називає найефективнішою формою управління в умовах капіталістичної економіки. Традиційна і раціональна форми бюрократії є взаємопов'язаними, адже проникають у суміжні області. Приватно-

¹ Науковий керівник: Єремєєва І.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

господарська діяльність в певній мірі ірраціоналізується під впливом традиційної.

Концепція раціональної бюрократії Вебера пережила часи, як повної підтримки, так і тотальної критики, в основі якої була неспроможність бюрократії забезпечити належні зв'язки з громадськістю та адаптуватися до змін зовнішнього середовища, забюрократизованість, вторинність результатів роботи стосовно правил та принципів діяльності.

У цілому Макс Вебер ототожнював поняття бюрократії та державного управління. Ідеалізуючи бюрократію, він не заперечував її негативного впливу на суспільство, але головною тезою концепції раціональної бюрократії Макса Вебера є точка зору, що саме бюрократична організація влади є найефективнішою для раціональної реалізації державної влади. Як об'єкт наукового дослідження бюрократія у Макса Вебера є соціальним механізмом, незалежним від політичної форми держави та політичних відносин у суспільстві.

Література:

1. Грабар Н.С. Теорія раціональної бюрократії М. Вебера як архетип сучасних теорій публічного управління. *Теорія та практика державного управління*. 2016. Вип. 3. С. 37-43.
2. Демченко Л. Критика теорії і практики бюрократії. *Аспекти публічного управління*. 2019. Т. 7, № 5. С. 5-11.
3. Єремєєва І.А. Проблеми бюрократії в контексті політологічних досліджень. *Гуманітарний журнал*. 2013. № 3. С. 30-40.
4. Копилов В.О. Теорія раціональної бюрократії Макса Вебера: соціально-філософська концептуалізація ідей влади знання. *Гуманітарний часопис*. 2005. № 3. С. 21-31.



ТЕОРЕТИЧНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЦИФРОВИЙ КАПІТАЛ»

*Бєлозерцева Євгенія Євгенівна, здобувачка наукового ступеня
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.*

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується кардинальними, надшвидкими та всеохоплюючими змінами, перш за все, пов'язаними з автоматизацією та цифровізацією економічної галузі, створюючи одночасно трансформаційний ефект, що поширюється на всі сфери життя соціуму.

Слід зауважити, що під діджиталізацією треба розуміти не окремо взяті цифрові технології, автоматизацію або оцифровування різноманітної інформації, а й насамперед людей, які залучені до взаємодії з цифровими технологіями [3]. При цьому відбувається дійсно взаємодія, яка спрямована

на двобічне перетворення його учасників, що дає можливість цифровим технологіям та людям, які їх використовують безпосередньо спричиняти вплив один на одного.

Відтак, рушійною силою в розвитку інформаційного суспільства стає капітал особистості (сукупність знань, навичок, досвіду, інтелекту). Стрімке розповсюдження інформаційних технологій обумовлює підвищення значущості цифрових компетенцій серед інших. Ця тенденція чітко прослідковується на рівні міжнародного визнання – цифрова грамотність позиціонується в Європейського Союзу як одна із найвагоміших компетенцій для успішної діяльності та повноцінного життя [2].

Великий інтерес серед науковців зосереджується на питанні визначення цифрового капіталу, як такого, що уявляє собою інтегральну сукупність доступу користувачів до цифрових інформаційних технологій, цифрового комунікаційного середовища (насамперед, до Інтернету) та вмінням їх застосовувати в особистих та професійних цілях.

Поняття цифрового капіталу бере свій початок в працях відомого французького соціолога П. Бурд'є, який розглядає капітали як своєрідні «структури панування», що забезпечують індивідам можливість реалізувати свої життєві стратегії та досягати певних цілей. Бурд'є зацентрував увагу на прямо пропорційній залежності між кількістю капіталів та швидкістю реалізації завдань індивідами: чим різноманітнішими капіталами володіє людина, тим швидше вона спроможна досягти своєї мети. Науковцем було виділено 4 головних груп капіталів: економічний капітал (різні економічні ресурси – гроші, товари та ін.), культурний капітал (ресурси, які мають культурну природу – освіта, авторитет учбового закладу та ін.), соціальний капітал – засоби, які пов'язані з приналежністю людини до певної соціальної групи, соціальні зв'язки) та символічний капітал як одна з форм капіталу, що пов'язана з громадським визнанням та авторитетом – ім'я, престиж, репутація. Економічний, культурний і соціальний капітали, за думкою вченого, при певних обставинах можуть конвертуватися один одний, а також можуть бути інституалізовані [1].

Запропонована П. Бурд'є концепція капіталів, а також ідея їх тісного взаємозв'язку, дала поштовх до подальшого теоретичного осмислення капіталу у зв'язку з цифровізацією суспільства. Вперше поняття цифровий капітал було введено в науковий обіг С. Парк у праці «Digital Capital» (2017). Він визначає цифровий капітал як індивідуальну екосистему цифрових технологій, яка формує спосіб взаємодії користувача з цифровими технологіями [4]. Використання цифрових послуг індивідами вимагає певних передумов: доступу до інформаційних технологій, Інтернету і

достатньої грамотності. Остання з цих передумов значно різняться між групами населення та віковими групами.

На думку М. Рагнедда, цифровий капітал тісно переплітається з іншими різновидами капіталу і покладається на них, щоб передати в соціальну площину онлайн-досвід, перетворюючи його на соціальні ресурси. Ця взаємодія капіталів дозволяє громадянам спочатку використовувати їх в Інтернеті, а потім повторно інвестувати свої кошти в соціальну сферу, створюючи вимірні результати для індивідів (наприклад, добробут, доходи, здоров'я). Щоб ефективно використовувати Інтернет, громадяни повинні мати певний рівень накопичення капіталів у своєму офлайновому житті [5]. Справді, наявність особливих навичок та знань, чіткої мотивації, специфічного сімейного походження, професійної приналежності та соціального статусу впливають не лише на доступ, але й на досвід користування в Інтернет-мережі та на можливості реінвестувати в соціальну сферу продукти цього досвіду. Наприклад, ті користувачі, які вже мають потужний економічний капітал, можуть ще більше збільшити свій початковий капітал за допомогою інформаційно-комп'ютерних технологій та свого цифрового капіталу, трансформуючи свій цифровий досвід у соціальні ресурси, які можуть покращити їх соціально-економічний статус (наприклад, застосовуючи їх в Інтернет-мережі можна отримати кращу роботу або покращити свій бізнес).

Таким чином, можна розглядати цифровий капітал як певну інтеграцію знань, цифрових навичок, мотивації, а також здібностей і можливостей їх використання для отримання інших ресурсів, які можуть покращити життєві шанси людини. У суспільстві з підтримкою цифрових технологій це стає вирішальним для того, щоб мати можливість не тільки фізично отримати доступ, але й впевнено рухатися на цифровій арені та отримати від неї максимальну віддачу.

Література:

1. Бурдые П. Формы капитала. *Экономическая социология*. 2002. Т. 3, № 5. С. 20-32.
2. Довгодько Т., Корчук О. Діджиталізація як соціокультурний феномен: філософсько-освітній аспект. *Молодь і ринок*. 2020. Вип. 6 (185). URL: <https://doi.org/10.24919/2617-0825.6/185.2020>.
3. Шкурупій О.В., Дейнека Т.А., Туль С.І. Глобальна діджиталізація: переваги, загрози та роль людини в епоху штучного інтелекту: Наукове забезпечення соціально-економічних і управлінських засад розвитку, правового регулювання, провайдингу екоінновацій та енергоефективних технологій в умовах глобалізації в аграрній і суміжних сферах / за ред. Ю.В. Самойлик. Полтава: Укрпромторгсервіс, 2021. 243 с.
4. Park S. Digital Capital. London: Palgrave Macmillan, 2017. URL: <https://catalogue.nla.gov.au/Record/7541823>.
5. Ragnedda M. Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*. 2018. Vol. 35. P. 2366-2375.



КОНФЛІКТНІ АСПЕКТИ В СІМ'ЯХ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

Беляєва Вікторія Олександрівна, здобувачка вищої освіти Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Вивчення молоді в контексті сімейних конфліктів є завжди актуальним, адже саме молоді люди є тими, хто переважно будують сім'ї, народжують та виховують дітей тощо. Дослідження молоді дають нам певну можливість дивитися на проблему в перспективі.

Сімейний конфлікт є таким конфліктом, який базується на дисгармонії сімейних відносин, неблагополуччі психологічної атмосфери сім'ї, зіткненні протилежних поглядів та мотивів тощо [1-2].

Під конфліктними аспектами ми розуміємо як наявні конфлікти, так і конфлікти, які потенційно можуть виникнути.

Емпірична база – результати міжнародного (українсько-білоруського) дослідження «Репродуктивні установки та сімейні цінності сучасної студентської молоді», здійсненого кафедрою соціології соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна у 2019 р. (науковий керівник – професор Сокурянська Л.Г.). Українська підвибірка дослідження склала 673 студента, що представляють ЗВО різних регіонів нашої країни.

Перш за все розглянемо питання щодо ставлення респондентів до розлучень, адже в Україні зафіксовано тенденцію збільшення їхньої кількості. До того ж вони є наслідком сімейних конфліктів, які подружжю не вдалося вирішити. Майже 20% респондентів ставляться до розлучень негативно, що дає нам підстави говорити про переважання потенціалу у вдаванні до таких заходів. До того ж навіть ті студенти, які мають сімейні стосунки, все одно не виключають можливість розлучення та вважають це прийнятним для себе.

Звернемося до питання «Які з перерахованих нижче характеристик найбільш точно відображають Ваші стосунки з батьками?». Конфлікти характерні 20% респондентів. Причому найменш притаманні такі конфлікти студентам, які перебувають в офіційному шлюбі, (14%). Можемо припустити, що це пояснюється зменшенням контактів з батьками після вступу в шлюб.

Щодо частоти виникнення конфліктів з батьками в студентів фіксуємо,

що для більшості респондентів (76%) це є нечастою подією, тоді як ніколи не вдаються до конфліктів з батьками 10%, а часто – 13% опитаних.

Найбільш популярними причинами для конфліктів є нав'язування батьками моделі поведінки своїм дітям; батьківська незадоволеність проведенням вільного часу їхніх дітей; критика батьками рішень дитини. Цікаво, що немає серйозних розбіжностей у причинах для сімейних конфліктів залежно від статі. Можемо пояснити це тим, що в такому віці (респондентами була студентська молодь від 18 років) підліткові відмінності в розвитку представників різних статей перестають проявлятися так інтенсивно, як це було раніше, і молодь стає більш гомогенною групою.

Звернемо увагу на питання «Яку модель виховання Ви хотіли б застосовувати у своїй родині?» (див. табл. 1). Пропонуємо гіпотезу, що ті погляди, де розбіжності будуть найбільшими, можуть стати в майбутньому причинами для сімейних конфліктів між подружжями щодо виховання дітей.

Таблиця 1 – Бажана модель виховання дітей, %

Модель виховання	%		
	Жінки	Чоловіки	Загалом
Жорстка регламентація поведінки дитини, застосування покарань, погроз тощо	0	2	1
Невтручання у справи дитини, дитина сама вирішує свої проблеми, мінімальні вимоги до її поведінки	1	7	3
Вседозволеність, батьки задовольняють всі бажання дитини, всіляко захищають її від труднощів, що потребують вольового рішення	2	4	3
Співпраця батьків та дитини, батьки направляють дитину, але при цьому дитина сама приймає рішення	96	86	92

Можемо побачити, що розбіжності є, хоча й, на нашу думку, не дуже значні, однак певне підґрунтя для можливих конфліктів щодо моделі виховання дитини все-таки помітне.

Цікавим нам здалося також питання «Скажіть, будь ласка, які питання, пов'язані з родиною, могли би бути цікавими для Вас у межах проведення зустрічей, бесід та інших форм роботи?». Варіант «Як створити комфортну емоційну атмосферу в сім'ї» обрали 49% респондентів з тих, кому це взагалі було б цікаво. Власне, це найбільш популярна відповідь. А варіант «Як уникнути конфліктів у родині» обрали 27% опитаних. Ми звернули на це

увагу, адже, можливо, студенти недооцінюють проблему сімейних конфліктів, тому не особливо цікавляться способами її вирішення, що потім призводить до негативних наслідків.

Отже, найбільше занепокоєння в нас викликали результати, які свідчать про переважно прийнятне ставлення студентів до розлучень, а також їхню незацікавленість в отриманні знань щодо уникнення конфліктів у родині. Ця інформація може бути корисною для адміністрації вищих навчальних закладів, адже вони мають можливість спробувати вплинути на таку ситуацію, закликаючи студентів цікавитися конфліктологією (зокрема методами вирішення конфліктів, способами їх уникнення тощо) через викладачів, створення додаткових навчальних дисциплін та позааудиторних заходів тощо, що може допомогти в збереженні сімей та зменшити кількість розлучень в країні.

Література:

1. Конфліктологія: навч. посіб. / Л.М. Герасіна, М.П. Требін, В.Д. Воднік та ін. Харків: Право, 2012. 128 с.
2. Андросова А., Шеленкова Н. Специфіка подружніх конфліктів. *Психологічний журнал*. 2019. № 3. URL: <http://psyj.udpu.edu.ua/article/view/195933/196257>.
4. Кругла Т.О. Сімейний конфлікт: причини виникнення, попередження, врегулювання. *Медсестринство*. 2017. № 4. С. 71-74.



«ПРОБЛЕМА ПОРЯДКУ» У СОЦІОЛОГІЇ: ІСТОРИЧНА ПЕРСПЕКТИВА ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИРІШЕННЯ

*Величковський Руслан Владиславович, здобувач наукового ступеня
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.*

Проблема порядку відноситься до ключових питань соціальної онтології, теоретична тематизація якої стала найважливішим завданням сучасної соціальної науки з самого моменту її інституціоналізації як окремої галузі знання про суспільство.

Розпад державності сучасного типу, внутрішня деградація режимів, які здавалися стійкими, широка делегітимація цілком успішних політичних утворень, загальна ремілітаризація світової політики, глобальна реприватизація насильства та інші малосимпатичні феномени сучасності роблять знову релевантним, здавалося б, давно вирішеним епохою Модерну питання про умови стабільності порядку. У західній соціології термін «соціальний порядок» використовувався поряд, а часом і замінювався такими термінами, як «соціальна стабільність», «соціальна рівновага»,

«соціальна інтеграція».

Витоки «проблеми порядку» знаходяться у такому далекому минулому, що навіть їх достеменне датування здається неможливим. Будь яке соціальне утворення, або практика, як тільки вони набувають стійкості, постають перед невизначеністю щодо способів власного самовідтворення та убезпечення від зовнішніх негативних чинників.

Якщо ми візьмемо до уваги суспільство епохи античності, або, навіть середньовіччя, то зможемо виявити такі провідні способи теоретичної легітимації та рефлексії стосовно існуючого соціального порядку, які спираються головним чином на постійність традиції, або божественне встановлення. Саме тому ми кажемо, що до епохи Модерну це було лише питанням, а не «проблемою порядку», адже традиційна свідомість не потребувала додаткових пояснень щодо засад власної суспільності у широкому сенсі, порядок у даному випадку опиняється передбаченим самим фактом існування його трансцендентних гарантій.

Можливість підтримки стабільності політичного та громадського порядку стає основною проблемою вже в контексті дискурсу Модерну, постаючи якніколи гостро у Новий час в умовах історично відносно різкого розпаду традиційних структур панування, що супроводжується жахами цивільних та релігійних війн. Проблема соціального порядку на теоретичному рівні вперше була артикульована Т. Гоббсом у «Левіафані» у 1651 р. У сучасному розумінні природний стан, описаний Гоббсом, є евристичний прийом дослідження, головне питання якого говорить: як людина виходить з природного стану? Простіше кажучи, чому відносини між соціальними суб'єктами не виявляють себе у вигляді хаосу, де могло б статися що завгодно.

Разом з конституюванням наприкінці XIX – на початку XX ст. соціології як окремої наукової дисципліни з власним предметним полем та специфічною концептуальною рамкою, питання соціального порядку стає центральним проблемою соціологічної теорії, провокуючи різні варіанти відповіді.

Макс Вебер вважає, що соціальний порядок існує не сам по собі, а виникає з осмислених дій акторів. Оскільки мотиви дій індивідів можуть бути надзвичайно різноманітними, лабільними та контингентними, для створення стійких соціальних відносин необхідна стабілізація очікувань щодо дій інших. Таким чином, у рамках підходу розуміючої соціології орієнтація на існуючий порядок забезпечує вищі шанси на передбачуваність дій індивідів, пов'язаних одними і тими ж максимами дії та вірою в легітимність панування, ніж суто економічні та інші утилітарні інтереси [3,

с. 478].

Свого наукового формулювання проблема порядку набуває завдяки Т. Парсонсу, який у своїй першій великій праці «Структура соціальної дії» назвав проблему порядку «Гоббсовою», теоретично специфікувавши роздуми класика у формі уявного експерименту на тему війни всіх проти всіх як структурної проблеми соціальної теорії сучасності. М. Вебер вважав, що Гоббс своїм уявним експериментом зміг вказати на принципову проблематичність соціального порядку з цілого ряду причин, які по суті пов'язані з якостями тієї специфічної соціальності, що виникла у Новому час у Європі, а потім набула універсального значення [4, с. 7].

Парсонс вважає Гоббсове рішення невдовільним, а порядок, пануючий у його версії занадто хитким і нереалістичним. Згідно з нормативним підходом, який розробляє сам теоретик структурного-функціоналізму, можливість соціального порядку визначається за допомогою загальноприйнятих цінностей, оскільки діючі соціальні суб'єкти – істоти, нормативні, і в суспільстві панує порядок саме тому, що його члени поділяють загальні цінності та норми, які відмічаються надсуб'єктним характером. Такий хід думки перегукується з теорією класика соціології Е. Дюркгейма, який вважав, що сучасне функціонально диференційоване суспільство підтримує свою цілісність через поділ праці та «органічну» солідарність, що впливає з нього [5, с. 108]. У рамках дюркгеймівської моделі інтерсуб'єктивно значуща мораль передує індивідуальним рішенням, тому збереження соціального порядку пояснюється швидше процесами, агрегованими на макрорівні, ніж індивідуальними рішеннями. Слід зауважити, що підхід Парсонса зустрічав критичні зауваження через тавтологічність опису суспільства та порядку, коли емпіричний крах певного порядку пояснюється аномічним розпадом ціннісного консенсусу.

Конструктивіст П. Бергер, наголошуючи на статусі *sui generis* порядку як такого по відношенню до його організмичного контексту та природного середовища пропонує наступне визначення: «социальный порядок – это человеческий продукт или, точнее, непрерывное человеческое производство. Он создается человеком в процессе постоянной экстернализации» [1, с. 26].

Постструктуралістський підхід французького соціолога П'єра Бурдьє передбачає виведення соціального порядку з габітусу, який є інкорпорованою, інтегрованою безпосередньо в індивідуальній системі суспільних диспозицій. Через соціалізацію й набуття габітусу кожен індивід немовби інтегрує весь усталений порядок у себе, в свій розум і тіло. Він перетворюється на агента суспільної системи, але залишається

індивідуальністю, здатною до творчих змін та покращення чи повалення громадських устоїв [2, с. 31].

Серед сучасних соціологічних теорій, що мають справу з «проблемою порядку» особливо виокремлюється теорія Н. Лумана, радикальність якої обумовлюється постановою під сумнів намагання попередників приписати конституюючу роль консенсусній інтеграції суспільства. Натомість соціолог пропонує розглянути свій варіант механізму подвійної контингентності. Луман починає із вказівки на парадокс у центрі соціального світу: соціальний порядок завжди вже існує, і тому його проблема вже вирішена; водночас він неможливий, оскільки поведінка акторів (Ego та Alter) завжди випадкова і залежить від випадкових відповідей один одному, будь-яка з них у будь-який момент може погодитися або відмовитися. Таким чином, взаємні спостереження самореферентних систем, що займають позицію спостерігача стосовно один одного, породжують соціальний порядок [6, с. 154].

На жаль, проблематика соціального порядку у вітчизняній літературі розроблена доволі поверхнево, що може бути обумовлено теоретичною складністю предмета та відсутністю відповідної академічної традиції, адже за радянських часів науковий розгляд питань соціального порядку у немарксистському руслі був заборонений законом. Також одним з найбільш проблематичних аспектів соціологічної теорії, яка зосереджена на поясненні «проблеми порядку» залишається здійснення переходу від мікро- до макрорівня і навпаки. На нашу думку, просування саме у цьому напрямі відкриє нові горизонти для подальших наукових здобутків.

Література:

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
2. Бурдьё П. Практический смысл / пер. с фр. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.
3. Вебер М. Основные социологические понятия / пер. с нем. М.И. Левиной. Избранное: протестантская этика и дух капитализма. М.: Центр гуманит. инициатив, 2017. С. 453-484.
4. Вебер М. Предварительные замечания / пер. с нем. М.И. Левиной. Избранное: протестантская этика и дух капитализма. М.: Центр гуманит. инициатив, 2017. С. 7-18.
5. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / пер. с фр. А.Б. Гофмана. М.: Канон+, 1996. 432 с.
6. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / пер. с нем. И.Д. Газиева, под ред. Н.А. Головина. СПб.: Наука, 2007. 648 с.



ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНФЛІКТІВ ПОСТЫПОЛЯРНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Винник Дмитро Анатолійович, здобувач вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)¹.

Конфлікти є одним із визначальних компонентів системи міжнародних відносин. Міжнародний конфлікт є складним багатоваріантним поняттям, що має складну структуру та типологію. Сутнісні характеристики виділені в універсальному визначенні міжнародного конфлікту, як зіткнення між акторами міжнародних відносин з приводу цінностей, статусів, влади або ресурсів, в якому цілі кожної зі сторін полягають у тому, щоб нейтралізувати, послабити або усунути суперника [1, с. 71]. Таким чином, в основі кожного міжнародного конфлікту лежить протиставлення інтересів держав або недержавних акторів на міжнародній арені, метою конфлікту є вирішення протиріч, часто із застосуванням посередників, які не виступають безпосередніми учасниками міжнародних конфліктів.

За структурно-функціональними ознаками міжнародні конфлікти поділяються на фази, кожна з яких має свої характеристики. Перша фаза – ініціювання – має своїми причинами загострення політичних відносин, економічний спад, розбіжності цілей акторів міжнародних відносин. На цій фазі може відбуватися втягування в конфлікти інших акторів, між якими створюються воєнно-політичні коаліції. Друга фаза представляє собою ескалацію конфлікту, під час якої відносини сторін від трансформуються від дипломатичних демонстрацій ворожих відносин до найвищого прояву ескалації – воєнних дій. Фаза ескалації часто зазнає закріплення конфлікту. Завершальною фазою міжнародного конфлікту є його урегулювання, що відбувається за рахунок залучення дипломатичних переговорів, пошуку взаємних компромісів, укладення мирних договорів між сторонами.

У науці міжнародного права існує два підходи щодо змісту міжнародних договорів в умовах збройного конфлікту. Прихильниками першого підходу є Д. Брайерли, Д. Гроссен, Ч. Хайд які вважають, що зміст та реалізація договорів залежить від намірів їх сторін на момент укладення. Згідно з другим підходом, доля мирних договорів вирішується з

¹ Науковий керівник: Єремєєва І.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

урахуванням волевиявлення сторін після закінчення збройних конфліктів, так як війна не може систематично припинити їх дію. Конфлікти змінюють характер взаємовідносин міжнародних акторів, що в подальшому може призвести до кризи.

За загально визнаною точкою зору конфлікти, як невід'ємна частина функціонування міжнародних акторів завжди виконують інтегруючу функцію, що передбачає об'єднання суспільства в умовах необхідності боротьби зі спільним ворогом. На еволюцію конфліктів впливає розвиток дипломатії та усвідомлення необхідності знайти та усунути причини, що призвели до конфлікту. В постбіполярній системі міжнародних відносин ключовими чинниками виникнення конфліктів є ісламський екстремізм, агресивний націоналізм та сепаратизм. Конфлікти, що в своїй основі мають перелічені чинники складають конфлікти нового покоління.

Література:

1. Соціологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / В.Г. Городяненко (ред.). К.: Вид. центр «Академія», 2012. 560 с.



ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПРАКТИЦІ МЕНЕДЖМЕНТУ

Волкова Дар'я Андріївна, здобувачка вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара¹.

Для здійснення ефективного управління керівники сучасних компаній мають володіти повною та достовірною інформацією, що характеризує не тільки економічну складову діяльності компанії, а й соціальні відносини, що виникають між працівниками та визначають сумлінність виконання ними стратегічно значимих задач. Удосконалення менеджменту персоналу, таким чином, містить потенціал підвищення загальної економічної діяльності.

Серед індикаторів ефективності менеджменту персоналу є економічні показники, що вимірюють стабільність роботи організації, положення на ринку, конкурентоспроможність. Водночас, існують специфічні показники менеджменту персоналу, які можливо оцінити лише за допомогою методів соціологічних досліджень, як то: задоволеність персоналу змістом праці, умовами праці та винагородою; лояльність персоналу та відчуття

¹ Науковий керівник: Бойко В.А., кандидат соціологічних наук, докторант кафедри філософії Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

приналежності до організації; причини плинності кадрів та порушень трудової дисципліни; причини конфліктів на всіх рівнях соціально-трудових відносин [1, с. 271]; характер соціально-психологічного клімату; особливості корпоративної культури тощо. Соціологічні методи дозволяють вивчати різноманітні соціальні явища, думки й почуття людей, які не піддаються виміру іншими методами.

Проблема менеджменту полягає у отриманні своєчасної та достовірної інформації про явища і процеси виробничої та соціальної сфери. В управлінні персоналом багато соціальних явищ носять латентний характер. Ступінь відкритості зворотного зв'язку (реакції підлеглих) залежить від стилю керівництва, організації прямого зв'язку, тобто поінформованості підлеглих про процеси і результати прийнятих управлінських рішень. Глибинні психологічні процеси, переживання, очікування, відчуття працівників не завжди мають безпосередній зв'язок із певним соціальним явищем, що спостерігається в трудовій сфері. Виявлення цього зв'язку здійснюється в управлінській практиці, у тому числі й за допомогою соціологічних досліджень. Ті соціальні явища, які справляють суттєвий вплив на соціально-трудові відносини, але в той же час залишаються невиявленими керівниками, стають факторами ризику, тобто породжують конфлікти, надлишкову плинність, втрату людського капіталу і конкурентних позицій [1, с. 270].

Важливими факторами, які впливають на регулювання ризиків у соціально-трудових відносинах, є проблеми у сфері оплати праці, адже головним джерелом грошових доходів найманих працівників є заробітна плата, правильна організація якої спонукає членів суспільства до високопродуктивної і доброякісної праці, а відтак безпосередньо впливає на тенденції ризиків втрати роботи, інвестування в людський капітал, виникнення соціально-трудових конфліктів та на темпи соціально-економічного розвитку країни загалом [2, с. 113].

Анонімні опитування підлеглих працівників також дозволяють збирати оціночні дані щодо організаційної поведінки їх лінійних менеджерів, викривати такі негативні соціальні явища, як мобінг, булінг, босінг, харасмент, створювати їх профілактику, своєчасно з ними боротися. Такі негативні явища часто залишаються незадокументованими, їх фіксація відбувається лише у пам'яті співробітників. Чим більше залежними є працівники від керівників (строкові контракти, постійне посилення кваліфікаційних вимог, несприятлива ситуація на ринку праці, обмежена мобільність працівників), тим більшою є ймовірність свавілля менеджменту і вищим є ризик негативних соціальних і корупційних явищ.

Таблиця 1 – Приклади застосування методів соціологічних досліджень у менеджменті

Методи соціологічних досліджень	Застосування у менеджменті
Опитування (усні, письмові; інтерв'ю, бесіди, анкетування, соціометрія)	вивчення задоволеності працею персоналу; причин плинності кадрів; очікувань стосовно ділової кар'єри, очікувань щодо винагороди за працю; вивчення якості використання робочого часу та часу відпочинку персоналу; визначення ціннісно-орієнтаційної єдності трудового колективу; зміст латентних скарг; визначення неформальних лідерів; визначення ступеня дотримання стандартів соціальної відповідальності
Спостереження, соціологічний експеримент	вивчення реакцій працівників на зміни умов праці, наприклад, зміни форм і систем оплати праці в рамках пілотного проєкту; вивчення згуртованості колективу, діагностика рівня конфліктності
Аналіз документів	вивчення задокументованих соціальних фактів та їх розповсюдженості (масовості). Наприклад, факти виробничого травматизму, порушення трудової дисципліни, прогулів; вивчення змісту скарг, пояснення невиходів на роботу

Соціологічні методи є необхідними при проведенні управлінського аудиту, зокрема аудиту персоналу, для вивчення та оцінки соціально-трудових відносин та з метою надання рекомендацій керівництву щодо ефективного використання трудових ресурсів, досягнення кінцевого результату та програмних цілей.

Міжнародні стандарти аудиту МСА 500 «Аудиторські докази» не заперечують, а навпаки, передбачають застосування методів соціологічних досліджень для збору якісної інформації про соціальні явища та процеси в досліджуваній компанії. Так, серед передбачених стандартом джерел одержання аудиторських доказів, є: дані первинних документів; усна та письмова інформація адміністрації, працівників та третіх осіб; документи, довідки, листи, отримані від третіх сторін, висновки експертів.

Методи соціологічних досліджень відносять до спеціальних методів управлінського аудиту. Серед даних методів виділяють [3, с. 38-40]:

- експертне опитування – аудитор зустрічається з фахівцем з певної організації, галузі, регіону і обговорює ряд факторів, які впливають на розвиток різних соціально-економічних ситуацій;

- інтерв'ю – метод дослідження, за якого бесіда проводиться за певним планом шляхом прямого контакту аудитора з респондентом;

- анкетування – письмова форма опитування, що здійснюється, як правило, без прямого і безпосереднього контакту аудитора з респондентами.

Анкетування доцільно проводити за умов, коли потрібно опитати велику кількість респондентів за відносно короткий час та коли респонденти повинні ретельно подумати над своїми відповідями;

- спостереження – безпосередній нагляд та відвідування робочих приміщень, спостереження людей у роботі і вивчення їх поглядів на проблему, можливих пропозицій щодо її вирішення;

- експеримент – метод вивчення фактів дійсності, за якого аудитор активно впливає на них шляхом створення спеціальних умов, необхідних для виявлення відповідних об'єктивних даних;

- дослідження документів – спосіб документального контролю вірогідності, доцільності, ефективності господарських процесів, відповідності їх нормативно-правовим актам.

Таким чином, застосування методів соціологічних досліджень у практиці менеджменту дозволяє організації впевнитись у відповідності системи управління персоналом цілям організації та завчасно розробити шляхи подолання дестабілізації соціально-трудових відносин.

Література:

1. Скриньковський Р.М. Діагностика рівня конфліктності в колективі та шляхи подолання дестабілізації соціально-трудових відносин на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 268-273.
2. Олійник О.О. Соціологічне дослідження корпоративної соціальної відповідальності в регулюванні ризиків у соціально-трудових відносинах. *Український соціум*. 2012. № 2. С. 107-120.
3. Олійник О.О. Аудит персоналу: Навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2016. 290 с.



ДЕМОГРАФІЧНА СТРУКТУРА СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Габовська Аліна Сергіївна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

На сьогоднішній час в Україні продовжується відбуватися процес депопуляції. За статистичними даними, у 2021 р. чисельність населення склала близько 41,6 млн громадян, а в 1991 р. сягала до 52 млн. За 30 років країна втратила 10 млн громадян [3]. За даними Департаменту Статистики ООН щільність населення України дорівнює 75.8 особи на квадратний кілометр. У 2021 р. народжуваність складає у середньому 1 292 дитини на день, смертність у середньому 1 831 чоловік на день. Міграційний приріст населення в середньому 103 особи на день. Швидкість зменшення населення України в 2021 р. складає біля 436 осіб на день [6].

Головна причина такої ситуації – це низька народжуваність. Вже після здобуття Незалежності в Україні природний приріст населення знизився у 2001 р. до 48 млн осіб. Вже тоді на одну сім'ю було 1,09 народження (в епоху СРСР доходило до двох). Високою точкою фертильності настав 2012-2013 рік, коли на одну жінку припадало 1,5 дитини, але на наступний рік коефіцієнт почав різко падати. Експерти кажуть про те, що народжуваність дітей буде дедалі меншою. Число здатних до дітонародження дівчат знизиться у півтора рази, вершина падіння народжуваності припаде на 2025 р. [1].

Ще одним важливим фактором, що впливає на намір народжувати, є можлива бідність. Сім'ї з дітьми становлять основну категорію серед бідного населення та найбільш уразливі у соціально-економічній ситуації в Україні. У липні 2014 р. влада зменшила допомогу з догляду дитини до трьох років. До 2014 р. після першого народженого малюка віддавали від 30 тис. грн, після другого – 59 тис. грн, після третього та наступних – до 128 тис. грн. Вже 7 років розмір матеріальної допомоги при народженні дитини становить 41 280 гривень (це близько 1,5 тисячі доларів). Відразу після народження дитини сім'я отримує 10320 грн., далі щомісяця виплачують по 850 грн. до досягнення дитиною трирічного віку [5].

Згідно з доповіддю ООН, кожне третє українське господарство з дітьми знаходиться за межею бідності, присутність однієї дитини збільшує ризик бідності за відносним критерієм на 17%, а наявність трьох і більше дітей – вже на 42%. Найбіднішими в Україні перебувають багатодітні сім'ї та сім'ї з дітьми до 3 років. Найбільша частка бідних – власне серед багатодітних сімей. І з народженням кожної наступної дитини ризик бідності зростає. А там, де понад 4 діти, бідні майже 90% [6]. Крім того, свій негативний внесок у рівень бідності зробила пандемія нового коронавірусу. За даними ООН, Україна завдяки коронакризі зможе зустрітися з найгіршою рецесією за десятиліття і понад дев'ять мільйонів її громадян опиняться у злиднях. Моніторинговим опитуванням 2020 р. було зафіксовано, що 22,3% сімей мають одну дитину до 18 років, 10,8% – двох дітей до 18 років. І тільки 1,6% – трьох дітей (з цією кількістю дітей сім'я вважається в Україні багатодітною). Понад три дитини до 18 років мають лише 0,8% сімей. В інших опитаних сім'ях (64,5%) дітей до 18 років немає. Тобто дітей, які перебувають на утриманні у батьків і потребують їхньої уваги і догляду, або вже немає або ще немає [2, с. 242].

Наступна причина депопуляції – масова міграція. У благополучні часи за межами країни працювали 4 млн. українських заробітчан, ще 7 млн. виїжджали на сезонні роботи. У регіонах Західної України на заробітки

виїжджала більшість працездатного населення. Пандемія посилила в українців бажання працювати за кордоном, а міграційні процеси останніх років майже вийшли з-під контролю. Нині в Польщі мешкає від 2 до 3 мільйонів українських робітників. За даними МОМ, карантин та локдауни не зупинили трудову міграцію. У 2020 р. в Україну повернулися всього близько 10% (300-400 тисяч) від усіх мігрантів для того, щоб при першій здатності знову виїхати працювати за кордон. [4] На жаль, Україна перебуває на етапі вимирання, а якщо враховувати прогнози на майбутнє, то вже у 2100 р. буде 28 млн. людей і це в найкращому випадку.

Отже, найбільш стрімке падіння спостерігається останні 7-8 років. Цьому сприяють потоки міграції, економічні кризи, різке зниження рівня життя і доходів широких верств населення, невпевненість у майбутньому.

Література:

1. Кармазин И. Убыльное дело: почему Украина продолжает вымирать. Страна оказалась в зоне демографического торнадо. URL: <https://iz.ru/1114046/igor-karmazin/ubylnoe-delo-pochemu-ukraina-prodolzhayet-vymirat>.
2. Лавріненко Н. Трансформація форм інституту сім'ї в сучасній Україні. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. 2020. Вип. 7 (21). С. 239-251.
3. Населення (1990-2020). *Державний комітет статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ds.htm.
4. Населення України. URL: <https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8>.
5. Як в Україні хочуть збільшити виплату при народженні дитини та яку допомогу ще можна отримати. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/05/26/stattja/suspilstvo/yak-ukrayini-xochut-zbilshyty-vyplatu-pry-narodzhenni-dytyny-ta-yaku-dopomohu-shhe-mozhna-otrymaty>.
6. United Nations Development Programme in Ukraine (UNDP). Локальне відділення Програми розвитку ООН. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/en/home/>.



ЕТНІЧНА НЕРІВНІСТЬ В УКРАЇНІ У СУБ'ЄКТИВНИХ ОЦІНКАХ ГРОМАДЯН

Головко Анастасія Олегівна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Дискримінація – у всіх її можливих формах і проявах – є однією з найпоширеніших форм насильства та порушення прав людини. Вона щодня вражає мільйони людей, і її дуже важко розпізнати. Дискримінація та нетерпимість – поняття тісно пов'язані. Нетерпимість – це відсутність поваги до вчинків і переконань, які відрізняються від власних. Це також

стосується неприйняття людей, яких ми сприймаємо як інших, наприклад, приналежності до іншої соціальної чи етнічної групи або людей з іншою політичною чи сексуальною орієнтацією. Нетерпимість може проявлятися в широкому спектрі дій, починаючи від уникнення таких людей, ворожих висловлювань і закінчуючи нанесенням тілесних ушкоджень або навіть вбивством. Дискримінація виникає, коли до певних людей ставляться менш прихильно, ніж до інших, які перебувають у подібній ситуації, просто тому, що вони належать до певної групи чи категорії людей або вважаються такими. Люди можуть зазнавати дискримінації через їх вік, інвалідність, етнічну приналежність, походження, політичні переконання, расу, релігію, стать чи стать, сексуальну орієнтацію, мову, культуру та багато інших причин. Дискримінація, яка часто є наслідком упереджень, робить людей безпорадними, заважає їм стати активними громадянами, обмежує їхні навички та, у багатьох ситуаціях, доступ до роботи, охорони здоров'я, освіти чи житла [2, с. 60].

Стосовно ситуації з етнічною дискримінацією в Україні, експерти ПРООН як позитивні відзначають зміни на законодавчому рівні: наша держава привела своє антидискримінаційне законодавство у відповідність до міжнародних та європейських стандартів, покращила правове регулювання статусу громадян інших країн. націй. У новій поліції також створено новий контактний орган щодо злочинів на ґрунті ненависті для боротьби з етнічною дискримінацією. Водночас, серед питань, що турбували ООН, була відсутність оновленої достовірної інформації про економічні та соціальні показники України за етнічною приналежністю, національністю чи країною походження, взятої з наукових чи соціологічних досліджень, проведених у цій сфері [4, с. 181].

За даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), загальнонаціональне опитування 2019 р., найменша соціальна дистанція до україномовних і до російськомовних українців (індекс 2,2 і 2,7 відповідно), більшість опитаних готові допустити представників цих груп як членів своєї родини і близьких друзів. Потім йдуть білоруси (3,2) та росіяни (3,6). Потім йдуть декілька етнічних груп – поляки, євреї, кримські татари, канадці, американці, німці з приблизно однаковою соціальною дистанцією 4,1-4,3. Завершують ієрархію соціальних дистанцій французи (4,4), румуни (4,7), африканці (5,2), і на останньому місці роми (5,4) [3].

За даними В. Паніотто, рівень ксенофобії в Україні зростає з деякими коливаннями у 1994-2007 рр., він зріс за цей період з 3,5 до 4,3 балів (це максимальний рівень за весь час спостережень). У 2008-2013 рр. індекс знизився до 4,0 балів. У 2014 р. середній бал був 4,1. Далі індекс ксенофобії

з деякими коливаннями трохи зріс (з 4.1 до 4.2 частково за рахунок зростання соціальної дистанції до росіян) і у вересні 2019 р. повернувся до рівня 2013 р. [3]. Через пандемію та її соціальні наслідки представники української ромської громади стали ще більш вразливою групою. Окрім того, Україна не вжила ефективних заходів щодо мінімізації антиромських настроїв та забезпечення належного реагування на злочини на ґрунті ненависті щодо ромів та інших вразливих груп.

За 2020 р. посилилась вразливість та незахищеність ромського населення до порушень прав людини в Україні. 61% опитаних під час пандемії коронавірусу ромів не мали грошей на базові потреби. Крім цього, пандемія коронавірусу негативно позначилась на стигматизації ромів – українці сприймають їх як групу ризику, серед якої частіше може поширюватись Covid-19. Водночас, через те, що в деяких ромів немає документів, вони мають обмежений доступ до медичних послуг. До того ж через карантин багато ромських родин постраждали економічно: вони втратили можливість трудової міграції до сусідніх країн [5, с. 8].

В Україні існує низка організацій з різним ступенем радикальності, які, проголошуючи або ідею необхідності підтримання чистоти білої раси у цілому, або тезу «Україна виключно для українців», здатні вдаватися до спланованих й організованих акцій фізичного переслідування іноземних громадян. Моніторинг Харківської правозахисної групи зафіксував у 2021 р. 62 злочини на ґрунті ненависті, в тому числі 27 нападів на іноземців з дальнього зарубіжжя, від яких постраждало 48 іноземців – це значно більше, ніж в 2019-2020 роках [1]. Протягом 2020 р. Конгрес національних громад України зафіксував 19 злочинів на ґрунті етнічної, расової та релігійної ненависті, більшість з яких – 14 випадків – мали антисемітський характер. У чотирьох випадках антисемітизму злочинці застосували насильство [5, с. 6]. Оцінювати масштаби застосування насильницьких дій на ґрунті нетерпимості за етнічною ознакою досить складно через низку причин: це огріхи офіційної статистики правоохоронних органів, і відсутність об'єктивного розслідування подібних випадків, і наміри правоохоронців приховати їх від оприлюднення та перекваліфікація нападів у інші види злочину тощо. Проте, чи не головним фактором латентності «злочинів ненависті» є небажання іноземців офіційно повідомляти про напади, жертвами яких вони стали, через зневіру у можливості належного реагування на подібні звернення. Необхідно зробити всі можливі кроки для полегшення доступу різних етнічних груп до правосуддя, поширення інформації про законодавство, пов'язане з етнічною та расовою дискримінацією, і для інформування населення, що проживає на його

території, про всі доступні засоби правового захисту та про можливості отримання юридичної допомоги.

Отже, випадки етнічної дискримінації є достатньо поширеними в Україні, рівень ксенофобії можна оцінити як середній, проте він має тенденцію до збільшення. Ситуація буде ускладнюватися з міграційною кризою у світі, «антиковідною програмою» країн щодо закриття кордонів та ін. Нетерпимість руйнує життя людей, позбавляючи окремих осіб права на основоположні принципи рівності і недискримінації та сприяє розпалюванню етнічної ненависті.

Література:

1. Вразливі групи як об'єкт дискримінації, расизму, ксенофобії та злочинів на ґрунті ненависті. URL: <https://khp.org/1362647444>.
2. Ляпіна Л.А. Мультикультуралізм як стратегія вирішення проблем культурного розмаїття: аналіз теоретичних моделей. *Український соціум*. 2017. № 1 (60). С. 60-71.
3. Паніотто В. Міжетнічні упередження в Україні, вересень 2019: прес-реліз. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=904&page=3>.
4. Соціальні нерівності: Сприйняття українським суспільством. Соціальні нерівності: сприйняття українським суспільством (заключний звіт). Київ; Харків: САУ, 2018. 277 с.
5. Freedom House про злочини на ґрунті ненависті в Україні. Річний звіт 2020. 12 с. URL: https://freedomhouse.org/sites/default/files/2021-06/FH-AnnualReport2020-UA_Web.pdf.



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

*Гордієнко Анастасія Геннадіївна, здобувачка вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
(м. Дніпро)¹.*

Грунтовні теоретико-методологічні дослідження категорії імідж держави та його вплив на світову політику та міжнародні відносини почалися у другій половині ХХ ст., коли західні дослідники стали формувати іміджеві концепції. На сьогодні накопичений значний масив мультидисциплінарних досліджень, що присвячені різноманітним проблемам формування міжнародного іміджу держави.

Відомий британський експерт у сфері міжнародного брендингу Девід

¹ Науковий керівник: Єремєєва І.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Адам визначає національний імідж як державну стратегію щодо створення репутаційного капіталу [2]. Утворення даного капіталу відбувається шляхом самопрезентації країни та її економічних і політичних інтересів за кордоном, а сам брендинг має чіткий набір процесів і етапів, призначених для досягнення успіху, затвердження конкурентоспроможної ідентичності та забезпечення своєї економічної конкурентної переваги. Девід Адам зазначає, що брендинг – це дополітична діяльність, яка має на меті встановити набір спільних норм, які можуть допомогти визначити консенсус щодо спільних цінностей і цілей в процесі створення взаєморозуміння на основі внутрішніх відмінностей, а також встановленні глобальної диференціації та спільності цілей [2].

Нідерландський політолог-міжнародник Пітер Ван Хем досліджує взаємозв'язок міжнародного іміджу та дипломатії м'якої сили, зазначаючи, що класична дипломатія поступається інноваційним методам міжнародного бренд-менеджменту/ На його думку, стрімкий розвиток ролі національного брендингу зумовлений, насамперед, зміною парадигм геополітики модерну і міжнародних відносин на постмодерністську концепцію «світу образів та впливу». В цьому контексті, в першу чергу, вони повинні вміти визначити бренд-нішу своєї держави і бути готовими до конкуренції не тільки з престижем інших країн, а й з глобальними бізнес-брендами. Ван Хем стверджує, що в цій жорстокій конкуренції держави зі слабким іміджем «не виживуть» [3].

Саймон Анхольт, один із найавторитетніших фахівців у галузі міжнародного іміджмейкінгу стверджував, що брендинг несе глибоку відповідальність у сучасному світі і також тісно пов'язаний з його роллю у розвитку національних держав, регіонів і міст та виконує роль транслятора національної культури. Щодо головних критеріїв, за якими оцінюється імідж держави Анхольт пропонує принцип «Шестикутник брендингу іміджу», тобто шість основних факторів, на основі яких відбувається вимірювання і аналіз рівня брендингу території (країни):

люди – досліджується рівень освіти, кваліфікація робочої сили, відкритість і щирість суспільства;

влада – оцінка громадської думки щодо компетентності і легітимності влади;

експорт – вимірюються уявлення, що склалися, про товари та послуги і межі, у яких споживачі цілеспрямовано шукають чи уникають придбання;

туризм – оцінюється рівень інтересу до відвідування країни та привабливість природних та культурних пам'яток;

культура та традиції – визначається світове сприйняття культурної

спадщини кожної з країн, а також сучасної культури, включаючи кінематограф, музику, образотворче мистецтво, літературу та спорт;

інвестиції та міграція – оцінюється привабливість країни для проживання, роботи чи навчання [1].

З позицій міжнародного PR імідж держави – це образ, утворений засобами масової інформації, соціальною групою чи власними зусиллями країни з використанням певних класичних та інноваційних методів для формування репутації в самій країні та за кордоном з метою успішного розвитку держави в умовах глобалізації та реалізації інтересів нації.

Таким чином, засновуючись на наведених характеристиках міжнародного іміджу держави вважаємо за потрібне визначити його як відображення та поширення усієї системи цінностей (політичних, соціальних, культурних та ін.) та ідеалів суспільства, в якому функціонує держава, з метою зростання впливу держави на процеси світової політики та економіки.

Література:

1. Anholt S. Brand New Justice: The upside of Global Branding. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2003. 173 p. URL: http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Brand_Name_Products_Brand_New_Justice_How_Branding_Places_And_Products_Can_Help_The_Developing_Wo.pdf.
2. Adam D. 21st Century Public Diplomacy. Towards Good Governance in the 21st Century: The Role of Place-Branding in Building Global Civil Society. Political and Economic Context. URL: https://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2013-12-annual/21st_Century_Public_Diplomacy_David_Adam.pdf.
3. Van Ham P. The Rise of the brand state: The postmodern politics of image and reputation. *Foreign Affairs*. 2001. Vol. 80 (5). P. 2-6. URL: <https://www.jstor.org/stable/20050245>.
4. Єремєєва І.А. Практичні аспекти формування міжнародного іміджу держави. *Регіональні студії*. 2021. Вип. 24. С. 123-128.



ВІРТУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ЯК ПРАКТИКА ДОЗВІЛЛЯ

Демух Тетяна Юрївна, здобувачка вищої освіти Національного авіаційного університету (м. Київ).

Актуальність теми дослідження зумовлена інтенсивною віртуалізацією сучасного суспільства, що породжує специфічний елемент соціального простору – віртуальний простір. Загалом, віртуалізація чинить вагомий вплив на суспільство та сприяє його розвитку та змінам.

Віртуальний простір став особливим соціальним полем, яке входить в існуючу систему соціальних відносин між людьми. Його динамічний

розвиток сприяє інтеграції віртуальності та соціальності, а потім формує унікальні процеси та явища, властиві віртуальному простору. Вони проявляються як складне соціальне явище, що істотно впливає на функціонування соціальної системи сучасного суспільства. Стрімкий прогрес глобалізації в сучасному світі підвищив значення інформації та інформаційно комунікаційні технології, які максимізують обмін інформацією.

Об'єкт дослідження – віртуальність як невід'ємний елемент сучасних культуротворчих процесів.

Предметом дослідження є віртуальний простір медіамистецтва.

Мета дослідження полягає у визначенні застосування трансформаційного потенціалу віртуального простору та особливостей віртуального мистецтва у практиці дозвілля.

За даними дослідження «Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді» майже кожен четвертий підліток віком 10-17 років повідомив, що за останній рік регулярно розумів, що не міг думати ні про що, крім моменту, коли буде можливість знову користуватися соціальними мережами. Найбільше таких було серед хлопчиків 10 років (35,2%) і студентів закладів професійної (професійно-технічної) освіти (28,5%) [1, с. 8].

Із допомогою новітніх комп'ютерних технологій створюються різноманітні твори мистецтва, сучасне кіно, анімація, популярна культура використовує віртуальне мистецтво у своїх роботах. Ефект багатовимірного зображення комп'ютерних технологій для малювання, об'єкти зі змінними розмірами, створення музичних творів дозволяють віртуальному мистецтву суттєво впливати на аудиторію. Віртуальний світ постає з небаченим розмаїттям і динамікою, яка не під силу традиційним витворам мистецтва. Нове покоління шанувальників виростає на сучасних комп'ютерних спец ефектах і старі кінофільми з художньої точки зору здаються нудними. Та і взагалі зацікавити дитину можна за допомогою віртуального мистецтва, бо це дає можливість доторкнутися до забороненого, або неможливого.

Віртуальна реальність – це нова технологія взаємодії, де безконтактної інформаційної реалізується за допомогою мультимедійних методів. І створює ефект присутності в реальному часі в стереоскопічно представленому «екранному світі». Тобто – це світ, створений в уяві людини, видуманий простір, створений комп'ютерами, який дуже схожий на реальний світ, і має всі його ознаки. При цьому у віртуальній реальності можливі комунікації не лише з іншими людьми, а й з віртуальними, штучними персонажами.

Заборони і табу в житті можна втілити у віртуальному світі (насилля, вбивство, руйнування; відсутність правових норм, що діють у реальності). Не відбувається покарання за вчинені дії. Люди не усвідомлюючи відчужуються від звичайних речей: необхідності дотримання правил, неминучості покарання за агресивну поведінку і порушення закону, єдності в часовому просторі. Люди починають застосовувати методи розв'язання проблем такі, як застосовували у віртуальному світі.

«Соціальні мережі – один із соціальних інститутів, який тією чи іншою мірою виконує замовлення суспільства та окремих соціальних груп щодо певного впливу на населення в цілому, в тому числі й на окремі вікові та соціальні категорії» [2, с. 269].

Діяльність людини у мережі Інтернет дає змогу розширити, поглибити уявлення про світ. Перебуваючи у віртуальному світі та вивчаючи ту інформацію, яка поширюється у соціальних мережах, кожен формує своє розуміння цінностей, визначає свою поведінку та формує цінності.

Найпопулярніші соціальні мережі в світі:

Facebook – найбільша за кількістю користувачів міжнародна соціальна мережа (1,5 млрд);

Instagram – соціальна мережа, яка набула великої популярності в останні роки (400 млн).

«Середньостатистична людина витрачає майже дві години (приблизно 116 хвилин) на соціальні мережі щодня. Таким чином, ми витрачаємо на соцмережі цілий місяць щороку та цілих 5 років і 4 місяці на протязі всього життя!» [3].

Інтернет викликає залежність, компульсивну (нав'язливу) віртуальну поведінку, занурення у світ внутрішніх переживань, коли зменшується потреба в активному засвоєнні середовища реального. До цих кризових форм можуть призводити онлайн ігри з елементами насилля, що, в свою чергу, сприяє зростанню агресивної поведінки в реальному середовищі. Також мережеве суспільство може сприяти засвоєнню асоціальних, антиправових установок, які засвоюються і відтворюються в реальному світі. Таким чином, конструюється новий тип соціального індивіда – Номо virtualis – людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури [4].

Instagram – це яскравий приклад практики дозвілля. З'являються VR фільтри в інстаграмі, завдяки додатковим функціям вони змінюють фон на селфі чи доповнюють обличчя. За останній рік Instagram значно розвинув цю функцію. У відкритому доступі з'явилася програма для створення ефектів та можливість завантажувати їх від власного імені. Люди почали

користуватися фільтрами більше та робити власні. Цим самим використовуючи мистецтво у віртуальному просторі (див. рис. 1).

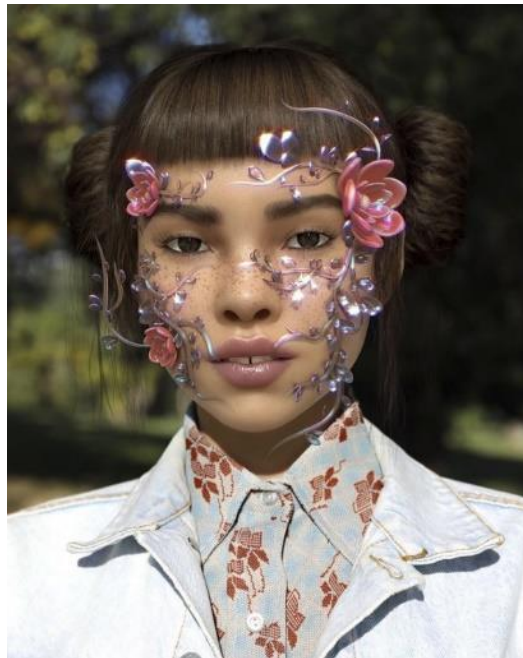


Рис. 1. Зразок застосування фільтрів у Instagram.

Отже, соціальні мережі стають все популярнішим середовищем для дозвілля людей. Мають як позитивні, так і негативні аспекти їхнього використання. Віртуальний простір має свої переваги: без перешкод можна детальніше розглянути будь-який процес або об'єкт, це краще, ніж дивитися на картинку у підручнику, а процес спілкування та залучення людей до віртуального мистецтва став простіший. Віртуальний простір отримує можливість відтворити основні смисли людської діяльності й засвоїти ті форми стосунків, які будуть реалізовані згодом, отримує навички соціальної взаємодії, вчиться організовувати середовище навкруги, узгоджувати свою поведінку з діями партнерів, формує свою самооцінку в залежності від реальних успіхів і досягнень, позбавляється стресів і напруги.

Література:

1. Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді: за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді»: монографія / О.М. Балакірева (наук. ред.). К.: Фоліант, 2019. 127 с.
2. Войскунский А.Е. Психологические аспекты деятельности человека в Интернет-среде. *2-ая Российская конференция по экологической психологии: тезисы*. М.: Экспонцентр РОСС, 2000. С. 269-270.
3. Соціальні мережі. URL: <https://artefact.live>.
4. Городецька.О. Вплив соціальних мереж на розвиток та соціалізацію особистості. URL: <http://www.aup.com.ua/ml/conf/gorodetska.doc>.



ФЕМІНІТИВИ ТА ГЕНДЕРНА ЛЕКСИКА: (РЕ)ПРЕЗЕНТАЦІЯ У СУЧАСНИХ ДИСКУРСАХ

Дудяк Альона Валентинівна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)¹.

З початком ХХІ ст. наша держава поринула в процес непростих політичних, економічних та соціальних змін. Зокрема, ці зміни пов'язані з демократичною моделлю та побудовою громадянського суспільства. Такі трансформації породжують необхідність створення демократичної культури і її важливого і невід'ємного елементу – гендерної культури. Потужним засобом впливу на формування і транслявання гендерної демократії серед суспільства є література та медіа-технології, адже в епоху яскравого розвитку інформаційних комунікацій медіа стає невід'ємною частиною життя і культури більшості людей планети. У наш час мова виступає рушійною силою розвитку суспільства. Французький соціолог П'єр Бурдьє зазначав, що мова – поле, де точиться гостра боротьба за престиж, популярність і визнання. Боротьба за авторитет та вплив. У кожному акті мовленнєвої взаємодії присутня ціла соціальна система, бо мова формується на перетині політики, культури та ідеології.

Основа української мови сформована саме на основі чоловічих назв. Розвиток жіночих назв висвітлений частково в низці мовознавчих досліджень, проте використання їх здебільшого в розмовному, художньому та публіцистичному стилях як стилістично-забарвлених, з побутовим розмовним відтінком у значенні та виведення назв жінок на рівень загальноновживаних стилістично нейтральних слів й досі залишаються мало помітним. Функціонування іменників чоловічого роду призвело до того, що вони вживаються в двох значеннях: по-перше, для позначення особи чоловічої статі; по-друге, позначаючи особу взагалі, без вказівки на стать (він – лікар, вона – лікар). Відтак донині частіше вживається чоловічий рід, який нібито стосується всіх людей загалом. Жінки звикли говорити про себе в чоловічому роді, асоціювати себе з такими словами, оскільки назва посади чоловічого роду звучить компетентніше. Тобто можна казати про мовний сексизм, тобто вираження в мові чи мовними засобами тенденційних

¹ Науковий керівник: Демичева А.В., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

поглядів і переконань, які принижують, недооцінюють та стереотипізують жінок за статевою ознакою [3, с. 128]. Андроцентризм мови також виявляється в пейоративізації іменників жіночого роду. Це пов'язано з тим, що жінкам у мові відведено «негативний семантичний простір»: коли вони не обмежуються традиційними ролями (дружини, матері), їм залишається семантичний простір, «який уже зайняли чоловіки» [2, с. 122].

У 1990 р. Рада Європи прийняла рекомендацію про усунення сексизму з мовного вжитку, закликавши медії користуватись вільною від сексизму мовою. У 2010 р. була прийнята резолюція про боротьбу із сексистськими стереотипами в медіях. В Україні набувати поширення фемінітиви почали наприкінці ХХ ст., хоча до 1937 р. їх використання в українській мові було досить розповсюдженим. Причину зникнення фемінітивів лінгвісти вбачають у русифікації української мови та письма. 22 травня 2019 р. Кабмін України ухвалив нову редакцію Українського правопису. У п. 4 параграфа 32 зазначено, що за допомогою суфіксів -к-, -иц-(я), -ин-(я), -ес- та ін. від іменників чоловічого роду утворюємо іменники на означення осіб жіночої статі. Утворення слів (фемінітивів) на позначення жіночих назв, паралельно чоловічим, безперервно й прогресивно розвивається, перебуваючи у великій залежності від позамовних чинників, зокрема емансипації жінок, розвитку гендерної культури, поглиблення гендерної рівності тощо. Звертаючись до словника гендерних термінів, тлумачимо поняття «фемінітиви» як слова жіночого роду, альтернативні або парні аналогічним поняттям чоловічого роду, що стосуються всіх людей, незалежно від їхньої статі: директор – директриса, очільник – очільниця, професор – професорка, тощо [4]. Важливим є те, що фемінітиви – не просто морфеми на позначення жінки. Якщо мова виражає певну нерівність між чоловіком та жінкою, применшуючи досягнення жінки, то вже самим вираженням такого стану справ робить це легітимним. Сьогодні ж утвердження жінки в, як було прийнято вважати, суто чоловічих сферах професійної діяльності потребує відображення цього процесу в мові і створенні відповідних найменувань.

Творення і вживання фемінітивів вже вповні практикується в розмовній мові і частково в медіапросторі, але поки не допускається до офіційного вжитку. Українці звикли вживати назви професій і посад в чоловічому роді, жіночі назви, на думку багатьох, різьють слух, «смішно» і неприродно звучать, видаються применшувальними і статусно нижчими. Проте основні фактори, що призводять до спротиву вживанню жіночого роду в мові – це низький соціальний статус жінки і мовний сексизм. Зазначимо роль ЗМК в процесі популяризації фемінітивів та їх використання взагалі. Наведемо результати аналізу контенту регіональних друкованих та інтернет-видань,

проведеного у 2021 р. в межах проєкту «Гендерночутливий простір сучасної журналістики». Так, кількість жінок як експерток (тих, хто коментує, кого цитують) і героїнь (кого згадують) в аналізованому контенті переважно втричі нижча, ніж експертів і героїв публікацій. Найбільшою мірою думка жінок присутня в матеріалах чернігівських, тернопільських (по 39%), вінницьких (40%), дніпропетровських, кіровоградських і сумських (по 42%) видань. У них же – одні з найвищих відсотків жінок як героїнь. Зростає й кількість фемінітивів на сторінках видань [1].

Отже, виходячи з вищезазначеного, можемо сказати, що Україна стала на поріг нового етапу розвитку гендерної культури як важливої складової творення демократичної політики. Жінка більш активно презентує себе у соціально-політичному житті, управлінні, бізнесі, ця нова присутність вимагає репрезентації в мові.

Література:

1. Гендерний баланс, фемінітиви і трохи стереотипів: результати моніторингу регіональних медіа у квітні 2021. *Волинський прес-клуб*. 2021. 25 квітня. URL: http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1033:-2020-&catid=10:gendermedia&Itemid=21.
2. Гендерована мова: вектори влади і впливу. *Гендер для медій: Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей* / за ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманою; вид. 3-тє, випр. та доп. К.: Критика, 2017. С. 117-134.
3. Кузьменко Ю.І. Які перспективи мають фемінітиви в сучасній українській мові? *Мовні і концептуальні картини світу*. 2018. Вип. 2 (62). С. 127-138.
4. Селезнєва І. Фемінітиви – потреба часу. *Politkrytyka.org*. 2017. 14 квітня. URL: <https://politkrytyka.org/2017/04/14/feminitivi-potreba-chasu/>.



МАРГІНАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Жила Карина Валеріївна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Сучасному українському суспільству притаманне таке явище, як соціальна стратифікація, при цьому масштаби розшарування, його глибина дозволяє трактувати її як соціальну проблему. Зміст поняття соціальна стратифікація можна визначити так: стратифікація – це процес, в результаті якого соціальні групи та індивіди виявляються не рівними один одному та групуються в ієрархічно розташовані категорії з різним престижем, власністю та владою. Одним із шарів соціальної структури є маргінальні

(перехідні) верстви населення. З глибини соціальної стратифікації суспільства, швидких трансформацій структури впливає активне поширення маргіналізації, яке спричинене деформацією/трансформацією базових інститутів, руйнуванням / переформатуванням соціокультурних, ідеологічних, політичних та економічних основ життя і, як наслідок, втратою / невизначеністю ціннісних орієнтацій, невпевненістю людей у власному майбутньому, і можливості дати дітям повноцінну освіту, стрімким зниженням рівня життя населення країни тощо.

У науці поняття «маргіналізація» з'явився в 1928 р. у роботі американського вченого Р. Парка, який уперше вжив таке поняття у своїй статті «Людська міграція і маргінальна людина». Парк пояснює маргінальність становищем індивідів, що перебувають на межі двох різних, конфліктуючих між собою культур, і служить для вивчення наслідків неадаптованості мігрантів [1, с. 6]. Тему маргінальності також розглядали Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, К. Маркс, Р. Мертон, П. Сорокін, Е. Стоунквіст, Т. Веблен, Т. Шибутані, У. Самнер, А. Фарж, Б. Манчіні, М. Голдберг та ін. У сучасній соціології зазвичай маргінальність трактується як стан особистості, яка відкинута суспільством або конкретною соціальною групою через заперечення або невиконання нею їх норм; як стан периферійного перебування індивіда, групи у межах певного соціального середовища.

Вітчизняні соціологи поділяють маргіналів на 6 видів:

1. Політичні маргінали – це люди, які не згодні з політичним станом у країні та її законами. Вони активно протистоять існуючій владі, мітингують тощо. За даними соціального дослідження Центру Разумкова, 31,7% українців зовсім не довіряють Верховній Раді України, 43,4% – скоріше не довіряють, 16,6% – скоріше довіряють, 2% – повністю довіряють, 6,4% – важко відповісти, тим самим створюючи баланс недовіри до Верховної Ради: -56,6% [3, с. 212].

2. Етнічні маргінали – це люди, що походять з міжнаціональних шлюбів. В Україні зросла тенденція до міжнаціональних шлюбів майже вдвічі, за дослідженнями ТСН: якщо у 2008 р. з іноземцями укладався кожний 30-й шлюб, то у 2018 р. – кожен 15-й.

3. Релігійні маргінали – це люди, які не представляють жодної існуючої у світі релігії або відносять себе до вигаданих конфесій. Серед таких маргіналів дуже багато лжепророків, які творять власні релігії. Станом на липень 2020 р., за даними Інформаційної служби України, 81% українців заявляє, що вірить у Бога. Ще 13% респондентів відповіли, що ні, а 7% не змогли відповісти на це запитання.

4. Соціальні маргінали – це люди, які втратили пристойне місце в одному соціумі і не можуть знайти його в іншому. Наприклад, люди, які втратили престижну роботу через пандемію коронавірусу. 3,8% опитаних українців через пандемію втратили роботу, за даними аналітичного порталу «Слово і Діло».

5. Економічні маргінали – це дуже бідні люди, або дуже багаті, сюди можна віднести заробітчан. Починаючи з 2010 р. з України виїхало і не повернулося близько 4 млн. українців, що становить майже 10% населення. Такі дані оприлюднив Кабінет Міністрів України за підсумками аналізу міграційної статистики уряду.

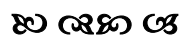
6. Біологічні маргінали – до цієї категорії належать люди, які потрапили через тяжку хворобу, вроджені вади або вік. У жовтні 2021 року, за даними Центру Громадського здоров'я МОЗ в Україні, в Україні офіційно зареєстровано 1 244 нових випадки ВІЛ-інфекції, у 268 пацієнтів діагностовано СНІД, а 160 людей померли від СНІДу.

Проаналізувавши статистичні дані маргінальних верств українського населення, слід зазначити, що маргінальність є досить поширеним явищем. Вважаємо, що саме економічні причини, зокрема безробіття, є сьогодні першопричиною маргінальності. Якщо події розвиваються сприятливо, то період маргінальності у людини триває недовго. Однак такий статус може бути й стійким. О. Бутиліна вважає, що можна говорити про дві стратегії поведінки маргіналів у ситуації їх відчуження, соціального виключення. Перша стратегія – це позитивна адаптація до умов і вимог оточення та формування відповідної ідентичності (стратегія позитивної адаптації); друга стратегія – це негативна адаптація: конфлікт з оточенням, дії та вчинки маргіналів розцінюються як девіантні [2, с. 22]. Відповідно, в соціології виокремлюють маргінальність-пограничність, яка є своєрідною «перехідною зоною», що забезпечує можливість успішного входження маргінальних суб'єктів в соціальну структуру соціуму, з подальшою трансформацією статусу. Маргінальність-периферійність наділена негативним соціальним ефектом, тому що є результатом виключення суб'єктів із функціонуючих культурних та соціально-економічних процесів [4, с. 5].

Отже, маргінальність є закономірним явищем суспільного життя та властивістю / наслідком соціальної стратифікації, результатом розвитку соціуму та його структури. Вона має різні види, обумовлюється різними причинами та чинниками. Відповідно, існують різні стратегії виходу з цього стану, які можна вважати позитивними т негативними.

Література:

1. Березінська О.В. Концепція маргінальної особистості у процесі акультурації. *Наукові записки НаУКМА. Історія і теорія культури*. 2018. Т. 1. С. 5-10.
2. Бутиліна О. Маргінальна ситуація: структура та соціальні наслідки. *Український соціум*. 2012. № 2 (41). С. 17-25.
3. Золотарьова Ю.І. Маргіналізація суспільства як чинник соціальної девіації. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер.: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2011. № 10. С. 205-211.
4. Козаченко С.М. Евристичні можливості категорії маргінальності в суспільно-політичному дискурсі. *S.P.A.C.E.* 2017. № 3. С. 4-8.



ГЕНДЕРНА АСИМЕТРІЯ СУЧАСНОЇ СІМ'Ї

Запаря Владислава Сергіївна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Рівноправність чоловіків та жінок – це невід’ємна частина прав людини, вона є передумовою демократії та соціальної справедливості. Україна, як демократична держава, прагне забезпечити гендерну рівність в усіх сферах життя. На сьогодні важливим стратегічним завданням є втілення заходів у напрямку формування самодостатньої сім’ї, попередження насильства в сім’ї, протидії торгівлі людьми та гендерної рівності. Сім’я – це спільність людей, пов’язаних подружніми стосунками, взаєминами батьків і дітей, веденням домогосподарства, існує як первинний осередок суспільства з важливими соціальними функціями й посідає особливе місце в житті кожної людини. Сім’я є тим інститутом, через яких з покоління в покоління передаються головні цінності, у першу чергу моральні [5, с. 5]. Сучасна українська сім’я поставлена в досить жорсткі й надто складні умови, які змушують її просто виживати. Економічні негаразди впливають на психологічний клімат у родині, вони часто стають причиною конфліктних ситуацій і навіть насильства в сім’ї.

Положення Конституції України, як основного закону нашої держави, регламентують основоположні принципи гендерної рівності, зокрема, передбачається, що не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками статі. Рівність прав жінок і чоловіків забезпечується шляхом надання жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, здобутті освіти і професійній підготовці, праці та винагороді за неї, створення умов, які дають можливість жінкам поєднувати працю з материнством. Стаття 51 фіксує, що шлюб ґрунтується на вільній згоді жінки і чоловіка. Кожен із подружжя має рівні права і обов’язки у шлюбі та

сім'ї [1, с. 55]. Одним з важливих документів, який на законодавчому рівні закріплює право на гендерну рівність, є Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», метою якого є досягнення паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, ліквідації дискримінації за ознакою статі [2]. Заборона дискримінації за ознакою статі також визначена Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні».

Однак, емпіричні дослідження фіксують, що в українських сім'ях часто присутня ситуація, коли жінки і чоловіки не є фактично рівними за правами, можливостями та уявленнями про них унаслідок сексизму. Донині жінки гірше за чоловіків представлені в багатьох областях, включаючи безпеку, освіту, можливості на ринку праці, політику, платню за рівноцінну роботу (гендерний розрив в оплаті), а також потерпають відгендерного насильства (насильство проти жінок) [7, с. 14]. Тобто мова йде про гендерну нерівність, в тому числі у родині. За даними як вітчизняних, так і закордонних досліджень, велику частину (70-80%) домашньої роботи, як і раніше, виконують жінки. Підтвердженням такої нерівності може бути той факт, що жінка щодня витрачає на домашню (неоплачувану) працю від 2 до 6 годин, а чоловік – до сорока хвилин. За результатами опитування є жінки, які вважають, що їхні друзі погодилися б із тим, що жінки мають коритися чоловікам. Наприклад, 35% жінок погоджуються, що їхні друзі вважають, що хороша дружина слухається свого чоловіка, навіть якщо не згодна з ним, а 22% жінок вважають, що їхні друзі не погодилися б із тим, що в дружини має бути право обирати собі друзів, навіть якщо вони не подобаються її чоловікові [4, с. 13]. В Україні соціологічне опитування щодо гендерних ролей і стереотипів засвідчило, що більше двох третин українців погоджуються з тезою про те, що головне покликання жінки – народити дитину. Оцінюючи життя у сім'ї та парі, частіше «жіночими» обов'язками респонденти вважали приготування їжі (64%), та хатні справи (56%). 30-40% опитаних зазначили, що цю роботу виконують як чоловіки, так і жінки. Лише 3% сказали, що ці обов'язки частіше лежать на чоловіках. Говорячи про виховання дітей, половина опитаних зазначили, що цим займаються обоє з подружжя. Водночас 41% респондентів стверджували, що це частіше робить жінка [6].

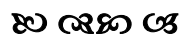
Одним із найпоширеніших видів гендерного насильства є насильство щодо жінок у сім'ї. У мусульманських країнах діє закон шаріату, згідно з яким жінка не має права перебирати на себе чоловічі права [5, с. 26]. Сімейне насильство – це насильство чи інше жорстоке поводження однієї людини

(людей) над іншою (іншими) у рамках побутових відносин, таких як шлюб чи співжиття. Воно може називатися насильством з боку інтимного партнера, коли здійснюється чоловіком (дружиною) чи інтимним партнером (-кою), мати місце як у гетеросексуальних, так і в одностатевих стосунках, між людьми, що перебувають у дійсному шлюбі / стосунках чи що перебували в таких раніше, так в 2021 р. 180 921 звернення надійшло від жінок, 27 676 – від чоловіків. Насильство щодо жінок є проявом нерівного співвідношення сил між жінками і чоловіками, за допомогою якого жінок змушують займати підпорядковане становище у порівнянні з чоловіками. Гендерна рівність не означає, що чоловік повинен виконувати «жіночу» роботу і навпаки. Важливіше, що вони роблять це разом.

Гендерна політика в Україні в умовах обраного курсу на побудову європейських демократичних інститутів, вимагає утвердження цінності гендерної рівності як у суспільстві загалом, так і у різних його інституціях, зокрема в інституті сім'ї.

Література:

1. Конституція України: подарункове видання / упоряд.: Л.І. Бірюк, Н.І. Адамчик, Є.Г. Кудлай [та ін.]. К.: ВАІТЕ, 2021. 324 с.
2. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». *Відомості Верховної Ради України*. 2005. № 52. С. 561.
3. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству». *Відомості Верховної Ради*. 2018. № 5. С. 35.
4. Добробут і безпека жінок. Україна: доповідь про результати дослідження. ОБСЄ. 2019. URL: https://www.osce.org/files/f/documents/0/8/440318_0.pdf.
5. Пищуліна О. Гендерна рівність і розвиток: погляд у контексті Європейської стратегії України. К.: Заповіт, 2016. 244 с.
6. Українці назвали народження дитини головним покликанням жінки – опитування. URL: <https://www.dw.com/uk/ukraintsi-nazvaly-narodzhennia-dytyny-holovnym-poklykanniam-zhinky-opytuvannia/a-56774383>.
7. Фурман А.В., Надвинична Т.Л. Гендерний розвиток у суспільстві. К.: Фоліант, 2015. 551 с.



ЕЙДЖИЗМ ТА ЙОГО ПРОЯВИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Льїна Анастасія Максимівна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Зазвичай ми категоризуємо людей, виходячи із суспільних та особистих уявлень про стать, вік, расу, національність, рівень доходу та освіти. Така тактика, з одного боку, цілком природна, але при цьому вона лежить в основі безлічі стереотипів, конфліктів та різних видів

дискримінації, в тому числі й ейджизму.

Саме поняття «ейджизм» було запропоновано в 1969 р. директором Національного інституту старіння, США геронтологом Р. Батлером. У вузькому значенні це дискримінація людей за віковою ознакою. У широкому - створення та транслявання стереотипів про людей певного віку. Від ейджизму можуть страждати будь-які вікові групи, ейджизм є одним із найпоширеніших видів дискримінації в Україні. Згідно з опитуваннями станом на 2018 р., 39,7% громадян зазнавали цієї дискримінації. Серед них 33% людей від 18 до 29 років, 39,3% – віком від 30 до 54 років, і 45,9% – віком понад 55 років [1]. Хоча ейджизм містить дискримінацію та забобони відносно будь-яких вікових груп, однак в першу чергу це застосовується та існує щодо людей похилого віку. Сьогодні люди похилого віку в Україні складають понад 20% населення, а люди у віці старше 65 років – понад 15%, однак не зважаючи на такий високий відсоток, у суспільстві існують упередженість і негативне ставлення до старих людей та до старості як вікового етапу. Ейджизм може виявлятися на рівні особистих забобонів, наприклад коли комусь здається, що це літні люди сварливі і консервативні. А може набувати більших масштабів, коли дану групу людей обмежують у правах через вік вже на державному рівні. На щастя, таке трапляється здебільшого на сторінках антиутопій, а у реальному світі завжди викликає великий резонанс. Наприклад, у 2006 р. лідер Туркменістану відмовився платити пенсії людям похилого віку у яких є діти, а решту пропонував позбавити житла і переселити в будинки для людей похилого віку [2].

Ейджизм, на наш погляд, виявляється у наступних аспектах:

1. Людям у віці та спеціалістам-початківцям складно влаштуватися на роботу. Серед опитаних українців 37% зазначають: їм відмовляли у прийомі на роботу через те, що вони для неї «занадто молоді»; 60% – через те, що «надто старі» [3]. За іншими даними, із віковою дискримінацією залежно від регіону стикалися до 98% опитаних. Здобувачі старше 45 років отримують у середньому 1,8 запрошення на співбесіду – це вдвічі-втричі менше, ніж у молодших кандидатів. Тривалість пошуку роботи після 45 теж зростає і в 40% випадків сягає півроку [4].

Структурна перебудова економіки призвела до значного скорочення робочих місць серед літніх. Отже, якщо раніш значна частина пенсіонерів продовжувала трудову діяльність, те сьогодні їхні робітничі місця або скорочені, або зайняті іншими, більш конкурентноздатними людьми. Багато роботодавців хочуть бачити у своїй команді лише молодих та амбітних, тих, хто знайомий із сучасними технологіями, швидко навчається, легко уживеться в колективі, не ходитиме по лікарнях і не піде на пенсію через 5-7

років. У результаті всі, хто не потрапляє до цієї категорії, ризикують залишитися за бортом, тому змушені хапатися за некваліфіковану і низькооплачувану працю або погоджуватися на чорну зарплату. І все це дуже несправедливо: за словами самих роботодавців, вікові кандидати більш досвідчені та ефективніші, ніж їхні молоді колеги, і готові приділяти завданням більше часу.

2. Людам похилого віку відмовляють у праві бути привабливими і вродливим за умовчанням вважається лише юне та струнке тіло. У більшості каталогів одягу ви побачите молодих підтягнутих моделей, чия зовнішність відповідає загальноприйнятим стандартам. Тим, хто не вписується в ці стандарти, дуже складно підібрати одяг. Літні люди рідко ходять подіумом або знімаються в рекламі одягу та косметики. Вони не дивляться на нас із білбордів та глянцевого журналізму.

3. До літніх погано ставляться. Внаслідок індустріалізації люди поступово перейшли від патріархальної, багатопокілінної моделі сім'ї до нуклеарної. Вона складається з батьків і (можливо) дітей, але виключає бабусь, дідусів та решту родичів. У цьому є плюси: молодим найчастіше спокійніше та комфортніше жити окремо. Але є і суттєвий мінус: люди похилого віку виявилися відрізані від решти соціуму і поки не розуміють, що з цим робити. Світ ніби витісняє тих, кому вже виповнилося 60. За даними ВООЗ, 60% людей похилого віку стикаються з дискримінацією та неповагою в суспільстві. Кожна шоста людина старше 60 років за 2018 р. хоча б раз зазнавала жорстокого поводження в побуті [5]. Але навіть якщо нічого такого в сім'ї не відбувається, до літнього родича можуть ставитися формально і трохи поблажливо. Люди у віці загалом вважають старомодними, нудними, самотніми та слабкими. Державна політика часто сприяє дискримінації людей похилого віку, наприклад, у результаті недосконалості системи нарахування пенсій людям з інвалідністю чи пенсіонерам, практики прийому на роботу людей більш молодого віку і т.д. Люди похилого віку одержують менший дохід, і їхні матеріальні обставини бідніше, ніж у працездатного населення. Тобто ейджизм щодо людей похилого віку виявляється як у державній політиці, так і в існуванні стереотипів та упереджень. При цьому стереотипи у відношенні літніх чоловіків більш м'якше, стриманіше, ніж до жінок. Та чи інша жінка похилого віку може бути професійно компетентною і мати гарне здоров'я, але коли про неї йде мова укупі з жінками похилого віку в узагальненому виді, їй завжди приписуються риси залежності, що завжди потребує допомоги.

Таким чином, пенсія залишається головним джерелом доходу багатьох літніх українців, більшість українців літнього чи похилого віку повністю

залежать від функціонування державних інституцій чи організацій, пов'язаних з бюджетним фінансуванням. Враховуючи мінімальні доходи, низькі рівень життя та його якість, негативні стереотипи з боку суспільства, ейджизм в цілому, не дивно, що для літніх та людей похилого віку є характерними низька задоволеність життям, песимістичний соціальний настрій, низький рівень соціального самопочуття. Упередження проти людей похилого віку, що існує в суспільстві, призводить не тільки до їх ізоляції, але й завдає збитків економіці – збитки оцінюються в десятки мільярдів доларів (про це йдеться в новій доповіді, підготовленій групою фахівців ООН). За даними авторів доповіді, заходи щодо стримування пандемії посилили прояви ейджизму щодо як літніх, так і молодих членів суспільства [6].

Отже, щоб подолати стереотипи та упереджене ставлення, пов'язані з віком, необхідно розробити та вжити комплексних заходів, у тому числі вносити зміни до законодавства, просвічувати населення та зміцнювати взаємодію між представниками різних поколінь.

Література:

1. Ейджизм у працевлаштуванні. Анкор.ua. 2021. 8 липня. URL: <https://ancor.ua/press/media/6262-com-ua-eydzhyzm-u-pratsevlashtuvanni-yak-z-tsym-borotysya/>.
2. Сапармурат Ниязов лишил пенсий большинство туркменских стариков. *Lenta.ru*. 2006. 3 февраля. URL: <https://lenta.ru/articles/2006/02/03/old/>.
3. Около 60% украинцев после 40 лет отказывают в трудоустройстве из-за возраста. *Economy.24tv.ua*. 2021. 25 апреля. URL: https://economy.24tv.ua/ru/60-ukraincev-posle-40-otkazyvajut-jekonomicheskie-novosti-ukrainy_n1607753.
4. Почему не берут на работу после 45 лет? *Vedomosti.ru*. 2021. 12 августа. URL: <https://www.vedomosti.ru/gorod/ourcity/columns/pochemu-ne-berut-na-rabotu-posle-45-let>.
5. Жестокое обращение с пожилыми людьми. *Who.int*. 2021. 4 октября. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/elder-abuse>.
6. Войтюк Т. Пандемія посилила проблему дискримінації за віком в усьому світі – ООН. *Suspilne.media*. 2021. 19 березня. URL: <https://suspilne.media/114786-pandemia-posilila-problemu-diskriminacii-za-vikom-v-usomu-sviti-onn/>.



ЕМОЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМИ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Ісмаїлова Єва Миколаївна, здобувачка вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Сучасна соціологія йде шляхом все більшої деталізації поведінки особистості і включає тепер науковий аналіз емоцій. Безпосередньо

проблематика емоцій та «емоційного» як нового поля для дослідження соціологами піднімається в роботах Р. Коллінза, Дж. Барбалета, А. Хохшильд, Т. Шеффа, Дж. Тернера і Я. Стетса, С. Гордона, Н. Дензіна, Г. Шульце та ін.

Наразі актуальною темою є дослідження емоційної складової як інструменту впливу на поведінку споживачів. Використання емоцій та експлуатування емоційних станів для просування товарів є дієвим засобом маркетингових технологій.

У наш час існує широкий спектр різних маркетингових прийомів та інструментів, які широко застосовуються в рекламі. Проте часте їх використання веде до звикання споживачів та зниження реакції на рекламні повідомлення. Як наслідок, рекламна компанія не впливає на споживачів з бажаним ефектом [1].

У сучасній ситуації, коли споживач перебуває в постійному пошуку нових емоцій та вражень, постає необхідність використання нестандартних маркетингових технологій, які впливають на емоційну свідомість споживача та маніпулюють нею.

Емоція – це те, «що переживається як відчуття, котре мотивує, організує й скеровує сприйняття, мислення й дію» [2], тобто вона є потужним «двигуном» діяльності.

На кінцеве рішення споживача щодо певного товару чи продукції впливають емоції трьох типів:

- пов'язані з бажаним результатом – те, які почуття виникають при думках про володіння покупкою, очікування від неї;
- поточні або випадкові – те, що ми відчуваємо зараз, незалежно від вибору;
- ситуативні – наприклад, у погану дощову погоду людина частіше переживає негативні емоції: смуток, агресивність, смуток.

Яскраві емоційні спогади за лічені секунди формуються перші враження. Це стосується і першого враження від продукту або бренду. Емоції, які продукує бренд можуть допомогти сформувати це враження, допомогти бренду або продукту виділитися у свідомості споживачів.

Емоційність брендів вперше дослідив М. Гобе. Його концепція побудована на спостереженні, що відносини між споживачами та брендами мають бути засновані на емоціях [3]. Це спосіб, який дозволяє ефективно викликати реакції та настрої, в результаті створюючи досвід взаємодії, зв'язок та лояльність споживачів до бренду на ірраціональному рівні.

Для створення реклами, котра будет впливати безпосередньо на емоції людини, зазвичай використовують дві стратегії:

- Просування товару через експлуатування однією конкретною емоцією. Наприклад, компанія рекламує ліфтинг-крем та викликає у цільової аудиторії – жінок віком «тих, кому за...» певну емоцію – страх постаріти.

- Просування одного товару через експлуатування різних емоцій – залежно від рекламних постів та каналів. Взяти той самий бургер відомої компанії: сьогодні він може викликати радість від володіння, завтра – гордість за те, що купив його і перевів частину грошей на благодійні потреби (є така практика).

При цьому для створення правильного ефекту від реклами можуть використовуватися як позитивні, так і негативні емоції.

Розглянемо позитивні прояви емоцій в рекламі, та як вони впливають на споживача.

Як зазначає А. Давтян, споживач активно шукає товари, які здатні підняти йому настрій, тобто ті які викликають позитивні емоції. Підйом емоцій досить часто є основним призначенням більшості продуктів масової культури та індустрії мас-медіа – фільми, книги, музика, журнали, телепередачі, тощо. Відповідно і реклама більшості продуктів розрахована на підйом емоцій, оскільки чим більш тісно товар пов'язаний із позитивними емоціями споживача, тим ефективнішою буде реклама [4].

Основна позитивна емоція, яка використовується в рекламі – це задоволення. При чому ця емоція транслюється нам через рекламних персонажів. Часте явище в рекламі, коли персонажі куштують рекламовані продукти або страви, то вони закривають очі, видають характерний звук «М-м-м!» і качають від насолоди головою, демонструючи задоволення. Така реклама розрахована на те, що демонстрація задоволення буде настільки заразливою, що споживачу теж захочеться відчутти подібну насолоду [4].

Поряд із позитивними емоціями, практика використання негативних емоцій хоча і не є масовим прийомом, але є досить ефективним за рахунок стійкого та тривалого впливу на споживача. Основними негативними емоціями, які використовують маркетологи для впливу на поведінку споживачів є емоції страху, сорому, відрази, страждання, почуття вини та інші [5].

Дуже влучними прикладами реклами, в якій використовуються негативні емоції можна назвати:

- рекламні звернення із зображенням почорнівши легень курців, зображень жертв побутових конфліктів;

- соціальна кампанія від САН ІнБев Україна – «Вживай відповідально!»;

- соціальна кампанія, направлена на пропаганду безпечного сексу;
- реклама фітнес-центрів, яка показує як може виглядати споживач відмовившись від спорту та займаючись ним.

Основною перевагою застосування негативних емоцій у маркетинговій діяльності є високий ступінь запам'ятовування інформації, яка доноситься споживчу, оскільки саме події, які були достатньо сильні емоційними довше залишаються у пам'яті, аніж нейтральні. Окрім цього, споживачем, який щиро сприйняв і перейнявся емоціями легше маніпулювати та «нав'язувати» потрібний товар [5].

Одним із найбільш фундаментальних досліджень емоцій в рекламі являється дослідження американської компанії Nielsen, яке було проведено в 2016 році. Дослідники проаналізували 100 рекламних відео 25-ти брендів. Рекламні ролики поділили на:

- реклама, яка не викликає емоцій;
- реклама, яка знижує емоційний відгук;
- реклама, що його підвищує.

Дослідження показало, що ролики, що підвищують емоційний відгук, призводять до зростання продажів на 23%. А відео, які знижували емоційний фон відповідно знижували й продажі на 16% [6].

Виходячи з усього вищенаведеного, можна зробити висновок, що реклама – це потужний інструмент для формування емоційних станів в окремих індивідів або малих соціальних груп. Експлуатування емоціями споживачів призводить до зростання продажів (за результатами дослідження американської компанії Nielsen) та впізнавання бренду на ринку.

Література:

1. Мирошниченко Г.А. Новые тенденции в создании телевизионного рекламного контента. *Вестник Российского университета Дружбы народов*. 2015. Вып. № 4. С. 122-128.
2. Изард К. Э. Психология эмоций / пер. с. англ. СПб.: Питер, 1999. 464 с.
3. Гобэ М. Эмоциональный брендинг. Новая парадигма, соединяющая бренды с людьми. М.: Best Busines Books, 2014. 345 с.
4. Давтян А.А. Роль эмоций в процессе рекламного воздействия на потребителей. *Вестник ВГУ*. 2005. № 2. С. 170-181.
5. Кудирко О.В. Особливості використання негативних емоцій у маркетинговій діяльності. *Економічний простір*. 2014. Вип. № 91. С. 160-170.
6. Дослідження маркетингової компанії Nielsen. URL: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2016/were-ruled-by-our-emotions-and-so-are-the-ads-we-watch/>.
7. Старикова А. Ю. Демонстрация позитивной эмоции в рекламе. *StudNet*. 2021. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/demonstratsiya-pozitivnoy-emotsii-v-reklame>.
8. Расторгуева Е. А. Взаимодействие с эмоциями потенциального потребителя через рекламу. *Студенческий вестник*. 2019. Вип. № 19-4 (69). С. 5-9.



СЕКСУАЛЬНА ОБ'ЄКТИВАЦІЯ ЯК НАСЛІДОК СЕКСУАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРИ

Калінчук Олена Андріївна, здобувачка наукового ступеня Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Сексуалізація культури означає надзвичайне поширення дискурсів про секс і сексуальність у всіх засобах масової інформації, а також про все більш часті еротичні демонстрації тіла жінок і, меншою мірою, чоловіків у громадських місцях. У дискурсі про сексуалізацію основна увага приділяється тому, як засоби масової інформації демонструють сексуальні образи жінок. У ЗМІ жінки сприймаються як сексуальні об'єкти для чоловіків. Медіа-сексуалізація включає згадку про зовнішній вигляд жінок, як правило, найчастіше гіперсексуалізації піддається саме тіло.

Сексуалізація в культурі спричиняє таке явище як сексуальна об'єктивація. Тобто сексуалізація це процес, який відбувається у суспільстві, а сексуальна об'єктивація це наслідок цього процесу. Сексуальна об'єктивація – це зменшення жінки до її тіла, частин тіла або сексуальної функції, яка розглядається як інструмент або як те, що її повністю репрезентує.

Посилаючись на твердження Нуссбаум, існують певні ознаки об'єктивації такі, як інструментальність, заперечення автономії, інертність, взаємозамінність, порушність, володіння та заперечення суб'єктивності. Так, людина об'єктивована, якщо до неї застосовано одну або декілька даних властивостей [0].

Сексуальна об'єктивація – практика, яка працює на декількох рівнях і її руйнівний ефект не може бути зведений до якихось конкретних епізодів, вона згубна сама по собі і проявляється в самих різних сферах з більш-менш серйозними наслідками: на телебаченні, на вулиці, за закритими дверима офісу і приватної квартири [0]. Гіперсексуальні зображення є фактично відображенням ідеальних, з точки зору патріархальної моралі, гендерних відносин, де жінці відводиться роль об'єкта чоловічого бажання, оскільки історично жінок зображували як пасивних агентів сексу, а чоловікам же, навпаки було надано свободу вибору в їх сексуальності. Але у сучасному науковому дискурсі наразі постало питання щодо зрушення усталених патріархальних канонів сексуальності і появу такого феномену як сексуальна суб'єктивація. «Жінки тепер встановлюють контроль за своєю

сексуальністю та сексуальною ідентичністю. Раніше під жіночою сексуальністю розуміли поняття об'єктивації. Зрушення у сексуальному уявленні жінок підтверджує рух у бік суб'єктивації жіночої сексуальності» [3, с. 8]. Суб'єктивація концептуалізується як антитеза об'єктивації. Будучи суб'єктивним, індивідуум володіє своєю істотою. Фуко визначив спосіб суб'єктивації як засіб, завдяки якому люди заявляють про свої моральні підвалини та зобов'язання. Сексуальна суб'єктивація проявляється як природне бажання жінки викликати обожнення чоловіків. Іншими словами, жінки, згідно з цією концепцією, переходять від статусу сексуального об'єкту до того, щоб бути сексуальною. Однак, дану концепцію іноді сприймають як форму об'єктивації. Стверджується, що сучасна суб'єктивація – це засіб або прийом, завдяки якому жінки зможуть прийняти їх об'єктивацію. Тут медіа постають певним посередником у зображенні жінок як агентів своєї власної сексуальності, щоб вони могли об'єктивувати себе для інших.

Отже, у сучасному суспільстві культура та увесь медіа простір піддаються тотальній сексуалізації, на сьогоднішній день вона стала певним трендом, який використовується для привернення уваги. Сексуалізація як процес завжди включає в себе сексуальну об'єктивацію, яка на сьогодні фіксується у різних сферах суспільства. Однак, сучасні дослідники даного феномену висунули гіпотезу щодо зсуву у бік сексуальної суб'єктивації, яку визначають як концепцію, в якій жінки стверджують про автономію над своїм тілом та сексуальними образами. На відміну від об'єктивації, суб'єктивні жінки більше не шукають схвалення чоловіків. Так, зрушення у поданні сексуальності має важливе значення, оскільки встановлює нову дію сексуальної сили.

Література:

1. Нуссбаум М.С. Объективация. *Философия и связи с общественностью*. 1985. № 24 (4). С. 249-291.
2. Ролдугина И. Что такое объективация? URL: <https://postnauka.ru/faq/47807>.
3. Lesure Tyvon Devontae. Phenomenal Women and Their Sexualization in Media. *Theses and Dissertations*. 2021. URL: <https://ir.library.illinoisstate.edu/etd/1450>.



ЕКОНОМІЗАЦІЯ АВТЕНТИЧНОСТІ ЯК РЕСУРС (САМО)ЗДІЙСНЕННЯ

Камалова Владислава Вадимівна, здобувачка вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

У сучасному суспільстві відбулась кардинальна зміна культурних, соціальних і економічних аспектів. У суспільстві ХХІ ст., внаслідок зміни споживчої орієнтації із зовнішньої (утилітарної) на емоційну внутрішню, споживається все, що пов'язане з емоційним сприйняттям світу людиною. Виходячи з цього, можна констатувати появу, так званого суспільства вражень. Соціокультурна сутність «вражень» полягає в придбанні знаків соціальної реальності, симулякрів (Ж. Бодрійяр). Знаковий, а не матеріальний характер споживання в «суспільстві вражень» породжує нескінченність споживання як процесу маніпулювання знаками.

Великої ролі в такому контексті набувають соціальні мережі. У рамках цієї роботи під соціальною мережею розуміється платформа, онлайн-сервіс або веб-сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних взаємин, візуалізацією яких є соціальні графи. З огляду на актуальність теми, методом візуального аналізу було проведено авторське дослідження на тему: «(Ре)презентація образу успішної жінки в мережі Instagram». Об'єктом дослідження виступає візуальний матеріал мережі Instagram. В якості предмета дослідження було обрано інструменти, технології і маркери демонстрації образу успішної жінки в мережі Instagram. До вибіркової сукупності віднесені 6 аккаунтів Instagram, які входять в ТОП-20 Instagram блогерів 2021 року: Софія Стужук, Анастасія Стадник, Олена Венум, Тетяна Парфільєва, Саша Бо та Надя Дорофєєва. В якості критерію відбору був обраний показник залученості аудиторії, який розраховується відношенням кількості взаємодій (лайків, коментарів, збережень, репостів) до підписників. Для аналізу було обрано кожен третій пост. Таким чином, у рамках роботи було проаналізовано по 10 фото-матеріалів з кожного акаунту (всього 60 фото).

Позиціонування аккаунту. Всі 6 акаунтів позиціонуються як VLOG-акаунти, тобто блогери / артисти показують різні сторони свого життя. Софія Стужук позиціонує свій акаунт як успішної мами, яка пропагує любов до себе та насолоду життям: «Та самая Сильная и Независимая мама 3-х детей с обложки PlayBoу», Анастасія Стадник – як мами, яка має щасливу

родину та займається власним бізнесом, Олена Венум – як «blogger, influencer, creator», Тетяна Парфільєва – як блогерка: «Здесь о жизни, бизнесе, семейных ценностях», Саша Бо – як «influencer, owner, mom, entrepreneur», Надя Дорофєєва – як блогерка, співачка та артистка. Половина акаунтів є україномовними, половина – російськомовними, однак, інколи можна помітити використання англійської мови також. У всіх 6-ти акаунтах присутня реклама. Вона є як явна, так і латентна.

Поза життям у соціальних мережах кожна з жінок має власний бізнес. Софія Стужук займається особистим «креативним простором», де жінки можуть відвідати кафе, магазини, гуртки тощо. Також вона має магазин одягу та косметики. Анастасія Стадник має магазин одягу, купальників, завідує особистою фотостудією. Олена Венум має свою мережу суші по всій Україні. Тетяна Парфільєва – одна із засновниць магазину одягу. Саша Бо має власний салон краси. Надя Дорофєєва – відома українська артистка та співачка.

Таким чином, ми бачимо, що жінки, які активно позиціонують себе в соціальних мережах переносять цей активізм і в реальне життя. Як на мене, це пов'язано з тим, що сучасне суспільство є суспільство досягнення («достигательства»), в якому особливо культивується код успіху та розвитку.

Візуальна складова. В більшій мірі, на 60-ти фото домінують яскраві кольори (2,33%), ці кольори є центральними в 4-х акаунтах. Щодо локацій, то найчастіше можна побачити фото, що зроблені на природі (1,04%), найрідшими є фото в «лакшері закладах» (0,26%). Всі візуальні складники відображені в емоціональному компоненті публікації. З проведеного аналізу можемо говорити, що домінуючими є позитивні емоції (0,97%), такі як задоволення, радість, безтурботність, спокій, зацікавленість, ніжність, захоплення, легкість, мрійливість тощо. Як на мене поясненням цього є код щастя сучасного суспільства, «сьогодні людина має право на все, крім права не бути щасливою». Однак, виявлено достатній відсоток відсутності емоцій (1,10%). Це може бути пов'язано з індивідуальним проявленням себе, так як зараз «модно» бути загадковим, зухвалим тощо.

Зовнішній вигляд. Щодо самих компонентів презентації себе на фото, фіксується, що серед вищеперерахованих акаунтів великий показник оголеності (1,17%), сексуальності (2,33%), стрункості (1,82%), елегантності (2,79). Однак, показник натуральності превалює над відсотком модифікованості (тату, силікон тощо). Серед одягу важко вибрати колір, що домінує, так як всі вони в повній мірі використовуються, однак світлі кольори трохи попереду (1,75%). Щодо стилю одягу, то тут переважає стиль

кежуал (1,17%), хоча більшість з популярних стилів 2021-го року (luxurism, кежуал, діловий стиль, стиль Z: оверсайз, вуличний стиль, провокація та індивідуальність) присутній на всіх 6-ти акаунтах. Взуття рідко, коли попадало на вибраних фото у кадр, однак, в основному, це були чоботи та підбори. На мою думку, це зумовлено погодніми умовами. Щодо аксесуарів, то у кожному акаунті вони були присутні, починаючи з простої біжутерії, закінчуючи брендовими капелюхами, окулярами та сумками. Варто відзначити, що саме ці предмети часто виступали «головними героями» фото, особливо у Саші Бо. Неможливо не відмітити макіяж жінок-блогерок. Найбільш популярним є нюдовий макіяж (1,49%). Всі ці аспекти дуже влучно попадають до епатажного та екзотичного «настрою фото». Вище перераховані тенденції, як на мене, можна пояснити правилом «великої п'ятірки», що в сучасному житті модним, красивим, цікавим є все, що пов'язане з розкішшю, екзотикою, еротикою, рожевим та блондинистим.

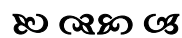
Ціннісна складова. Зрозуміло, що майже кожна публікація несе в собі якесь послання, меседж. Найбільш поширеними виявились цінності (за теорією Ш. Шварца) категорій «самостійності» (саморозвиток, зовнішня краса, творчість), «гедонізму» (бути щасливим, насолоджуватись життям, жити тут і зараз), «досягнення» (кар'єра, повага до себе), «влади/багатства» (впевненість, престиж). Найменш розповсюдженими стали цінності категорій «універсалізму» (дружба, кохання) та «конформізму та традиції» (толерантність, дотримання правил та норм). Я вважаю, що цілком зрозуміло, чому ми бачимо саме таку ситуацію. Мережа Instagram – як симулякр життя людини, місце, де вона конструює своє «Я», місце, де гарно працює теорія «дзеркального Я». На це накладаються сучасні коди щастя, які говорять, що людина може бути щасливою, якщо вона успішна (це поняття також конструюється цим кодом), якщо їздить кудись відпочивати, якщо може купити собі якусь дорогу річ і так далі. Ціннісна складова дуже тісно переплетена з модними трендами. На сьогоднішній день популяризуються подорожі (0,97%), догляд за собою (2,08%), успіх (2,08%), незалежність та свобода (2,72%).

Технічні характеристики. На більшості фото блогерки зображені у повній зріст (1,88%), часто можна зустріти фото, де дівчина стоїть/сидить у дивні пози (0,58%), як на мене, це зумовлено установкою творчості та самоідентифікації. В основному, вибрані для аналізу фото, зроблені під час відпочинку (1,30%) або ж у повсякденному житті (1,10%). Звісно, бо саме в таких контекстах найлегше показати «наскільки ти щасливий і наскільки ти задоволений своїм життям». Не дивно, що немає «буденних фото» (з розпатланим волоссям, втомленою і так далі), тому що світ Instagram –

естетичний та дуже часто ідеалізований.

Серед інших персоналій на фото варто відмітити друзів, чоловіків / хлопців, дітей. В обраних публікаціях немає людей на задньому фоні, що, як на мене, свідчить про те, що фото є постановними. Об'єктами, яким найчастіше відводять окремі публікації, є косметика, засоби по догляду за собою, аксесури, їжа, сумки, квіти, автомобілі тощо.

Таким чином, з проведеного дослідження ми можемо зробити висновок, що сучасна культура є гедоністичною. Вона задає коди, установки, поведінку, цінності тощо. А ми, активно все це споживаємо та транслюємо через свої соціальні мережі.



ОСВІТНІЙ КАПІТАЛ ЯК РЕСУРС ВИСХІДНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

Кілімченко Денис Сергійович, здобувач вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Очевидно, що рівень освіти в Україні лише окреслює можливості зайнятості, але аж ніяк не гарантує наявності бажаної високооплачуваної роботи, отримання якої більше залежить від корисних зв'язків та знайомств і від того, як пощастить влаштуватися у житті. Це, по-перше, сприяє зниженню мотивації до здобуття вищої освіти. Молоді люди досить часто розглядають освіту не стільки як шлях до фінансово привабливої професії, скільки як просту необхідність отримання диплома. По-друге, в умовах України все більше поширюється так зване явище «статусної несумісності», тобто невідповідність між освітнім статусом і матеріальним становищем особи та соціальних груп внаслідок порушення ланцюжка освіта – професія – дохід.

Таким чином, поступово послаблюється ключова роль освіти, що пов'язує досягнення життєвого успіху і можливості професійного зростання з рівнем кваліфікації і професійної підготовки, з одного боку, та захищає від бідності – з іншого. Як підтвердження можна сказати про те в Україні найбільш видима нестача фахівців технічної сфери. За професійними групами, серед зареєстрованих безробітних переважають працівники сфери торгівлі та послуг (17%); вищі державні службовці, керівники (17%); представники найпростіших професій (13%); робітники з обслуговування, експлуатації устаткування та машин (12%). За видами економічної діяльності, більшість вакансій налічується на підприємствах переробної

промисловості (22%), у сфері торгівлі (16%), на транспорті (9%) та в освіті (9%). Найбільший попит роботодавців спостерігається на кваліфікованих робітників з інструментом (23%), а також на робітників з обслуговування, експлуатації устаткування та машин (22%) [1].

По-третє, вищезазначені обставини значною мірою зумовлюють поширення в Україні такого підходу до трудової діяльності, що спрямований виключно на заробіток і задоволення споживацьких потреб та інтересів. Водночас розвиток сучасного суспільства неможливий без формування нових трудових цінностей, коли людина виступає активним агентом і створювачем економічних відносин, що формуються на розбудові економіки знань. Це потребує готовності людини здобувати освіту впродовж всього життя з метою постійного розширення і вдосконалення своїх знань і навичок та впровадження їх у практику діяльності. На тлі сучасних соціально-економічних реалій, коли нестача матеріальних ресурсів обумовила істотне зменшення обсягів державного фінансування системи освіти, з особливою силою актуалізується проблема платної форми навчання і подорожчання вартості освітніх послуг. Ставлення до можливості доплати за навчання, яка б забезпечувала кращий якісний освітній рівень дітей, досить відрізняється залежно від соціально-демографічних характеристик їхніх сімей. Простежується чітка залежність готовності до матеріальних витрат на освіту дітей від наявності соціальних ресурсів у їхніх батьків: освітнього рівня, матеріального добробуту, проживання у великих містах.

Виходячи з вищезгаданого, освіта є ключовою характеристикою та важливою складовою формування соціальної структури населення і водночас засобом соціальної мобільності. Освіта є тим чинником, що може сприяти перерозподілу і диференціації соціальних прошарків населення: внаслідок отримання високоякісної освіти людина має потенційну можливість потрапити у нове соціальне оточення, здобути новий статус і перейти із низькокваліфікованих до більш високих верств соціальної структури.

Натомість за специфічних українських умов склалася ситуація, коли бідність значно ускладнює доступність якісної освіти, а нерівність доступу до освіти, в свою чергу, є чинником, що «закріплює» бідність між поколіннями, та передумовою «успадкування» бідності і «самовідтворення» малозабезпечених і малоосвічених верств населення з низьким соціальним статусом. Це дає підстави аргументувати висновок про те, що нерівність доступу до освіти поступово стає в Україні додатковим джерелом подальшої соціально-економічної нерівності, яка сприяє поглибленню

соціального розшарування населення.

Характеризуючи освітній капітал як ресурс висхідної мобільності в контексті українських реалій можна зробити наступні висновки.

По-перше, є ряд галузей зайнятості, який або не потребує, або потребує лише початкових спеціальних навичок і знань. Досить мала різниця між робітником з профільною освітою, і без неї (особливо це стосується більш актуальних професій, механізм навчання яких в державних вузах застарів), що ставить під сумнів необхідність ряду освітніх програм.

По-друге, що певним чином виходить з вищесказаного, існує невідповідність між отриманою освітою і сферою зайнятості (робота не за фахом), що може бути спричинено Вичерпною кількістю спеціалістів в одних сферах (для прикладу можна привести гуманітарну, економічну освіту), і нестачею фахівців в інших (наприклад в технічних).

Література:

1. Что же показывают результаты исследования PISA? – Доклад Г.С. Ковалевой на семинаре «Актуальные исследования и разработки в области образования», организованном Институтом развития образования ГУ-ВШЭ 21 февраля 2008 г. *Вопросы образования*. 2008. № 1. С. 190-216.



ТЕОРІЯ КОНФЛІКТУ Р. ДАРЕНДОРФА

Клеван Іван Віталійович, здобувач вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)¹.

Соціальні конфлікти є невід'ємною частиною сучасних суспільних відносин та є зіткненням діаметрально протилежних цілей, позицій, інтересів суспільних суб'єктів. Теорії соціального конфлікту отримали розвиток у 50-60-х рр. ХХ ст. У науковій праці британсько-німецького соціолога Ральфа Дарендорфа «Класи та класовий конфлікт в індустріальному суспільстві» (1957 р.) подається одна із найвпливовіших концепцій соціального конфлікту.

Теорія Ральфа Дарендорфа сформована на основі критики структурно-функціональної концепції Т. Парсонса, який розглядав суспільство як стійку та стабільну структуру [2]. Дарендорф стверджував, що людському суспільству не притаманні риси сталої системи, воно перебуває в стані

¹ Науковий керівник: Єремєєва І.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

постійних змін, які за певних обставин набувають конфліктного характеру. Таким чином, суспільство знаходить в конфлікті розвиток свобод, мотивів, рухів та можливостей. Тобто Дарендорф розглядав конфлікт як позитивний чинник, що сприяв соціальним змінам, а основою конфлікту вважав протилежні інтереси його учасників.

Серед способів регулювання конфліктів Ральф Дарендорф виділив наступні: стандартне регулювання; скасування конфлікту (через неактуальність, або знищення протиріч); придушення конфлікту (в основному силове). Основним джерелом конфлікту переважно виступає конкретна політична особа, критерієм визначення статусу якої є не фінанси, а владні повноваження. Відповідно, предметом соціальних конфліктів є боротьба груп та осіб за владу.

Класифікаційним критерієм соціальних конфліктів в теорії Ральфа Дарендарфа виступають рівні конфліктів, на основі чого дослідник виділяє наступні типи конфліктів: конфлікти між соціальними групами; конфлікти між соціальними ролями; внутрішньогрупові конфлікти, що виникають з приводу прийняття рішення щодо розвитку групи; зовнішньогрупові конфлікти – між спільнотами, які мають протилежні погляди щодо певних процесів; суспільні конфлікти, які характеризують суспільні процеси взагалі; міждержавні конфлікти, що можуть мати негативний вплив на імідж держави у світовій політиці [1].

Значення теорії соціальних конфліктів Ральфа Дарендорфа полягає в реалістичному сприйнятті природного стану конфліктності суспільства, якого не можна уникнути. Конфлікт визначається, як прогресивне явище, в ході якого протидія та взаємодія сторін конфлікту виступає як рушійна сила розвитку суспільних процесів.

Література:

1. Денисенко І.Д. Сучасна теорія конфлікту: проблеми експлікації, демаркації, класифікації. *Український соціум*. 2013. № 3 (46). С. 32-43.
2. Образцова В.В. Аналіз світових теоретичних підходів до врегулювання конфліктів у публічної управлінських відносинах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 24. С. 143-146.



БІДНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ЕКСКЛЮЗІЯ

Ключник Руслан Максимович, кандидат політичних наук, доцент кафедри глобальної економіки Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро).

Протягом усієї історії людства бідність залишалася ключовою проблемою. Можна вважати, що вона є неминучим наслідком майнового розшарування, яке об'єктивно притаманне всім суспільствам. Але масштаби бідності в різних країнах різні, більше того, різними є підходи до її дослідження.

Говорячи про соціальний вимір бідності, слід звернути увагу на феномен соціальної ексклюзії. Ця проблема не є новою для сучасного суспільства. У Давній Індії існувала каста недоторканих – людей, які не мали права контактувати з іншими та займалися найтяжчою працею. У Давній Греції практикувався остракізм – вигнання особи з полісу на 10 років. У Японії до XIX ст. дискримінували буракумінів, які також займалися некваліфікованою працею, а їх нащадки й дотепер часто зіштовхуються з дискримінацією. Під соціальною ексклюзією розуміють процес виключення індивіда або соціальної групи із соціальних відносин внаслідок нестачі у них певних прав та наявності низки обмежень щодо доступу до інституцій, які розподіляють ресурси та надають соціальні послуги, участі в економічно чи соціально значущій активності і оплачуваній праці, можливостей впливати на прийняття управлінських рішень на місцевому чи регіональному рівнях, залученості до мереж соціальних взаємовідносин і підтримки внаслідок нестачі базових компетенцій, різного роду дискримінації та матеріального становища [1, с. 145].

Соціальна ексклюзія перешкоджає участі в нормативно передписаних видах діяльності суспільства, обмежує доступ до інформації, ресурсів, комунікації, знижує самооцінку, скорочує можливості досягнення особистих цілей [4, с. 87-88].

Серед основних причин соціальної ексклюзії можна визначити такі: тривале безробіття, низький рівень оплати праці, малодоступність працевлаштування, робота не за фахом, «сіре» та «чорне» працевлаштування, погані житлові умови, низька участь у споживанні товарів та послуг, незабезпечена старість, загалом низька якість життя. Сьогодні до економічних причин поширення соціальної ексклюзії в Україні додаються також інші, не менш важливі виклики, пов'язані з розвитком

українського суспільства та формуванням особистісної ідентичності індивідів: обмеження членства в громадських організаціях, низька громадська й політична участь населення, зумовлена обмеженнями конституційних прав і свобод людини і громадянина, зокрема свободи слова, високим рівнем корупції, особливо в інституційній сфері, зниженням рівня мотивації тощо [1, с. 146]. Отже, пенсіонери, які живуть на мінімальну (і навіть на середню) пенсію, випускники закладів вищої освіти, які працюють не за фахом через дисбаланс на ринку праці, мешканці занедбаних населених пунктів чи аварійного житлового фонду та навіть «білі комірці», які працюють без офіційного працевлаштування, – усі ці категорії в тій чи іншій мірі піддаються соціальній ексклюзії. Таким чином, ця проблема є масштабнішою за бідність, адже зовсім не обов'язково бути бідним, щоб бути виключеним з певного типу соціальних відносин. Так, у багатьох мегаполісах світу пересічний мешканець не в змозі, отримуючи середню заробітну плату, накопичити гроші на власне житло у реалістичній перспективі, хоча житло – це базова потреба людини.

Одним з наслідків соціальної ексклюзії є зниження рівня мотивації населення до трудової діяльності та формування утриманських настроїв. Крім того, це призводить до посилення соціальної нестабільності та криміналізованості суспільства. Також спостерігається правовий та соціальний нігілізм, люди масово нехтують нормами права та моралі. Розрив між нав'язуваними за допомогою масмедіа стандартами споживання та реальними умовами життя призводить до депресії, депривації, побутових конфліктів тощо. Нарешті, формується досить суперечливий клас суспільства – прекаріат, який за певних умов здатен самоорганізовуватися.

Прекаріат являє собою соціально незахищений прошарок, який характеризується порівняно нестабільними умовами зайнятості. На думку російських дослідників, прекаріат – це клас, що формується, який уособлює соціальні верстви, що володіють професійними знаннями, кваліфікацією та досвідом і прагнуть побудувати раціональні взаємозв'язки з суспільством та державою, але при цьому перебувають у нестабільному соціальному становищі з гнучким ступенем зайнятості, нестійкими формами та розмірами оплати праці. Вони повністю або частково позбавлені доступу до соціально-правових гарантій та засобів соціального захисту [5, с. 60]. Нідерландські автори зазначають, що прекаріату не вистачає явних та латентних переваг працевлаштування, через що їм важче задовольнити низку своїх потреб [7, с. 4].

До прекаріату належать широкі групи населення, у тому числі безробітні, трудові мігранти, громадяни, які працюють неповний робочий

день, які отримують заробітні плати «в конвертах» тощо. А. Шуліка зазначає, що прекаризація не є маргінальним явищем, оскільки «вона не впливає на невелику групу нестійких або виключених, а практично на всіх» [6, с. 82]. На нашу думку, прекарність є деструктивним фактором для економіки, оскільки безпосередньо пов'язана з переходом ринку праці «в тінь», що зменшує обсяг сплачуваних податків. Прекарність породжує «*circulus vitiosus*»: через тіньову зайнятість та безробіття державний бюджет недоотримує кошти, які мали б бути спрямовані, серед іншого, на вирішення соціальних проблем того ж прекаріату.

До факторів потенційного та реального набуття економічно активною людиною статусу прекарія можна віднести: відсутність стабільної роботи та невпевненість у майбутньому; низький рівень трудових доходів через вимушену нестандартну зайнятість; зниження рівня соціальної захищеності; тінізація соціально-трудова відносин; корозія трудових прав; повний чи частковий демонтаж стандартного трудового договору [2, с. 5]. Міністр економіки України О. Любченко зазначає, що приблизно 10 млн українців працюють неофіційно [3]. Продовжуючи нашу тезу про поширеність соціальної ексклюзії, можемо припустити, що ці громадяни є частково виключеними з системи соціальних зв'язків, оскільки їм не гарантовані, наприклад, оплачувані відпустки та лікарняні. Більше того, банки не видають їм кредитів, і вони змушені в разі потреби звертатися до кредитних установ. Таким працівникам проблематично отримати візу іншої країни, адже для неї необхідна довідка про доходи.

Отже, проблеми бідності та соціальної ексклюзії є тісно пов'язаними. Бідні громадяни позбавлені можливостей реалізовувати свої права та захищати свої інтереси. У тих з них, хто працює, багато часу витрачається саме на підтримання рівня життя, що, у свою чергу, виключає можливість участі в різних заходах громадського спрямування. Досить незахищеним є прекаріат, до якого можуть належати, зокрема, й не дуже бідні люди, але такі, які не мають повних соціальних гарантій та в будь-який момент можуть бути позбавлені тієї соціальної ролі, яку виконують.

Література:

1. Карп'як М.О. Соціальна ексклюзія в Україні: ознаки та форми прояву в сучасному суспільстві. *Регіональна економіка*. 2020. №2. С. 133-152.
2. Колот А.М. Трансформація інституту зайнятості як составляющая глобальных изменений в социально-трудовой сфере: феномен прекаризации. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2014. № 2. С. 3-6.
3. Любченко оцінив масштаби тіньової зайнятості в Україні. *Слово і діло*. 2021. 21 липня. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/21/novyna/suspilstvo/lyubchenko-ocziyv-masshtaby-tinovoyi-zajnyatosti-ukrayini>
4. Мартыненко Т. С. Основные подходы к концептуализации социальной

экслюзии в современной западной социологии. *XXI Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования»*, 22-23 марта 2018 г., Екатеринбург: УрФУ, 2018. С. 83-92.

5. Прекариат: становление нового класса: (коллективная монография) / под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2020. 400 с.

6. Шуліка А.А. Особливості розуміння прекарності в сучасному політичному дискурсі. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2019. Т. 11. № 1. С. 79-86.

7. Ballafkih H., Zinsmeister J., Meerman M. A Job and a sufficient income is not enough: the needs of the Dutch Precariat. *Journal of Workplace Rights*. 2017. Oktober-December. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244017749069>.



ГЕНДЕРОВАНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ПРАЦІ

*Кравченко Крістіна Расімівна, здобувачка вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).*

У різних сферах життя для жінок відкриваються нові можливості, візьмемо, наприклад, роботу. Навіть не дивлячись на те, що в нас досить розвинене суспільство, деяка частина населення усе одно продовжує стояти на тому, що «жінка має залишатися на кухні та берегти родинне вогнище». Проте багато жінок не згодні сидіти вдома та займатися домашніми справами. Жінки роблять на одному рівні з чоловіками але заробітна плата в них усе одно менша.

Станом на 2021 р. в Україні жінки отримують зарплату на 18% менше за чоловіків [1]. У першому кварталі 2020 р. середньомісячна зарплата жінок становила 9 785 грн, що становить 78,7% від зарплати чоловіків (12 438 грн). У I кварталі 2019 р. зарплата жінок була 77,8% від зарплатні чоловіків, а у IV кварталі 78,1% [5].

До сьогодні існує поділення роботи на «чоловічу» та «жіночу». Чоловічою роботою зазвичай вважають «тяжку роботу», тобто роботу пов'язану з використанням фізичної сили, таку як: електрик, вантажник та ін. До жіночих же професій традиційно відносять такі як: кухарка, танцівниця, вихователька та ін. Ще з давніх – давен вважалося, що жінки не мають працювати, тому коли вони почали боротися за свої права та свободу, за можливість вчитися та працювати на одному рівні із чоловіками, багато чого почало змінюватися, і звичайно, не всім до вподоби ці зміни, тому навіть зараз жінок пригнічують у сфері роботи.

Як приклад – це харассмент. 70% жінок, які кажуть, що піддавалися

харасменту на роботі, повідомляють про те, що стикалися з неприпустимою поведінкою з боку вищого колеги. Показник для чоловіків нижчий (59%). Справді, 22% чоловіків, які зазнали харасменту, кажуть, що їх «дошкуляв» колега, який перебуває нижче за рангом. Показник для жінок значно нижчий (16%). Також є багато випадків сексуальних домагань. Високий відсоток як жінок, так і чоловіків, які зазнали нападів на сексуальному ґрунті, повідомляють, що їх атакував колега, що перебуває з ними на одному щаблі ієрархічних сходів у компанії (ще раз, цифри становлять понад 100%, оскільки деякі співробітники повідомляють про напади з боку колег, які займають різне становище у компанії [2].

Та навіть якщо робота не пов'язана з фізичною силою, наприклад, президент або керівник компанії, все одно в суспільстві прийнято вважати, що такі важливі посади можуть займати лише чоловіки. За результатами опитування, 10-29% жінок віддали б перевагу роботі під керівництвом жінки [3].

Тобто, це каже про те, що навіть деякі жінки ще не готові до того, що незважаючи на стать людини, важливий лише її професіоналізм у даному аспекті. Вважається, що жінка не може займати високу посаду, тому що жінки більш емоційні, на відміну від чоловіків, які більш «жорстокі» у робочій діяльності.

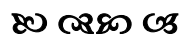
Та якщо подивитися на те, які посади займають жінки у XXI ст., можна приємно здивуватися. У Німеччині Ангела Меркель обіймає посаду канцлера вже понад 15 років. За всі роки її роботи економіка Німеччини дуже зросла та стала займати важливе місце серед країн ЄС. У Греції Катерина Сакелларопулу стала першою жінкою – президентом у цій країні. Цю посаду вона зайняла 13 березня 2020 року [4]. Порівняємо Україну з іншими країнами щодо питання гендерної нерівності на ринку праці, наприклад, з Литвою. Офіційні документи (законодавство) в Україні і Литві набрали чинності 15-20 років тому (у Литві – з 1998 року, в Україні – з 2005 року) у вигляді законів, що мають забезпечувати рівні права і можливості для жінок і чоловіків [6]. Якщо ж казати про Україну, то в країні ще не було зафіксовано випадків коли посаду президента займала жінка, проте за даними Держстату, станом на 1 січня 2021 р. в Україні зареєстровано близько 1,9 млн фізичних осіб-підприємців, з яких 46% зареєстрували жінки. У регіональному розрізі виділяються Хмельницька область, у якій найбільше жінок-ФОПів (51%) [7]. Хоча ця цифра далека від гендерного паритету, те, що за останні роки є прогрес дає надію на подальший розвиток. Найбільше керівниць (77,5%) у комунальних організаціях (це, наприклад, лікарні, дитсадки, парки тощо) та профспілкових організаціях – 61,6%.

Найменше керівниць у релігійних організаціях (4,6%) та на казенних підприємствах (3,1%) [8]. Жінки найчастіше керують невеликими підприємствами, які вже мають соціальну складову, на відміну від чоловіків, які працюють на великих промислових підприємствах.

Тепер щодо заробітної плати. У першому кварталі 2020 р. середньомісячна зарплата жінок становить 9785 грн, що становить 78,7% від зарплати чоловіків (12438 грн). У I кварталі 2019 року зарплата жінок була 77,8% від зарплатні чоловіків, а у IV кварталі 78,1% [9]. Якщо подивитися на статистику 2021 року та 2020 року, то можна помітити покращення та зріст зарплатні жінок. Звісно. ще є над чим працювати, але хоч якийсь прогрес – показник того, що все триває не даремно.

Література:

1. Жінки в Україні отримують зарплату на 18% менше за чоловіків, у Кабміні хочуть це змінити. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/news/2021/08/4/676587/>.
2. Шокирующие данные о сексуальном насилии и домогательствах на рабочем месте. URL: <https://www.imena.ua/blog/workplace-harassment/>.
3. Результати анкетного опитування «Гендерні стереотипи сучасної студентської молоді». URL: https://update.com.ua/istorii_tag924/zhenshchina-v-ukraine/.
4. Президентом Греції вперше обрано жінку. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/political/636901.html>.
5. Гендерна нерівність: в Україні жінки на 21,3% заробляють менше за чоловіків. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/gendernoe-neravenstvo-v-ukraine-zhenschiny-na-21-369166/>.
6. Костюченко Т. Гендерованість ринку праці: порівняння кейсів України і Литви. URL: http://ucep.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/gender_survey_SUPERFINALUPD.pdf?fbclid=IwAR1McTuaWAXBPJ9oEtuU3AeT4TnwsPVer9ApvEc7wRlPbb0cCENKgiarVf8.
7. Жінки та чоловіки на ринку праці. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/pro_stat/Prosto/m&w/j_ch_na%20runky_praci.pdf.
8. Ткаченко Я. Ринок праці. Гендерна рівність: жінки, які керують. URL: <https://voxukraine.org/genderna-rivnist-zhinky-yaki-keruyut/>.



ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО В УКРАЇНІ

Лавренченко Орина Юріївна, здобувачка вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

За останні роки проблема насильства у сім'ях виноситься у громадське поле та ЗМІ все частіше. Змінюється поняття «норми» та формується розуміння того, що таке поширене явище є серйозною проблемою та вимагає рішення. Принаймні 3/4 громадян України станом на 2021 р. стверджували, що гарно розуміють термін «домашнє насильство», і лише 7% з них не знають, що це таке. При цьому жінки більш обізнані в цій темі

[1].

На відміну від звичайного насильства, домашнє насильство є процесом зі своїми циклами і має тенденцію на зростання, а також відбувається між залежними партнерами. Проблема полягає ще і в тому, що не завжди можна швидко розпізнати насильство у сім'ї та надати допомогу. Лише протягом першої половини 2020 р. до поліції надійшло приблизно 101 тисяча викликів через домашнє насильство, це на 40% більше в порівнянні з 2019 роком [2]. МВС пояснюють це тим, що через карантинні умови більшість сімей вимушена перебувати цілодобово один з одним. За даними ООН, 90% постраждалих від домашнього насильства це жінки. Помилково вважати за насильство лише фізичне (зґвалтування, побиття, вбивство), сюди ж входить ще і психологічне, фінансове, при цьому найчастіше можна зустріти усі види водночас. Згідно опитування, 35% жінок хоча б раз у житті зустрічалися з насильством з боку партнера особисто, 38% вбивств жінок роблять їх партнери-чоловіки.

18% чоловіків впевнені, що мають право побити жінку, якщо вона зрадила, а 22% жінок думають, що в окремих випадках заслужили насильство. 64% вважають насильство щодо жінок поширеним явищем, але 41% опитаних жінок вважає, що якщо чоловік проявляє насильство щодо дружини, то ця ситуація має вирішуватися всередині сім'ї. Крім того, майже кожна п'ята жінка вважає допустимим статевий акт без згоди між подружжям або партнерами, що проживають спільно [3]. Майже кожен третій чоловік вважає, що агресія в стосунках – приватна справа сім'ї [4].

В Україні вступив в силу новий закон, згідно з яким насильнику можуть офіційно заборонити перебувати у будинку чи квартирі терміном до 10 днів. Цей заборонний припис став першим кроком в боротьбі з домашнім насильством, поліція зазначає, що це допоможе запобігти повторні випадки насильства. На підставі розпорядження, кривдника можуть виселити з квартири строком на 10 днів, а також застосувати заборону на наближення і спілкування. Юристи пояснюють, що 10 днів має вистачити, щоб в суді вимагати обмежувальний припис на термін до 6 місяців [5].

За даними ВООЗ, приблизно 20% жінок і 5-10% чоловіків повідомляють про те, що в дитинстві піддавалися сексуальному насильству; 25-50% всіх дітей повідомляють про те, що піддавалися фізичному насильству. 75-85% випадків насильства щодо дітей відбувалося в «колі довіри» (люди, які мали бути найбезпечнішими для дитини). За даними досліджень, будь-які форми насильства в дитинстві збільшують ймовірність багатьох хронічних захворювань. До найбільш надійних досліджень в цій сфері відносять масштабне дослідження «Досвід неблагополучного

дитинства» (Adverse Childhood Experiences, ACE), проведене урядовими Центром з профілактики та контролю захворюваності США, в ході якого були виявлені кореляції між пережитим насильством або відсутністю турботи і підвищеним рівнем захворюваності на хронічні хвороби, ризикованої поведінки та скороченої тривалості життя [6]. Серед прикладів психологічних нападів на дитину можна назвати приниження, образи, гіперкритику, навішування ярликів, знецінення, неприйняття, ворожість, знущання, крики, загрозу насильства (навіть без самого насильства), відмову від підтримуючої і керівної ролі батьків. Крім цих явних ознак психологічного насильства, є ще й неочевидні: холодність, відстороненість, ігнорування [7]. 25% опитаних чоловіків на запитання, чи потерпали вони у дитинстві від насильства вдома, одразу давали ствердну відповідь. Коли наводили конкретні приклади (ляпаси або погрози) кількість, зростала більш ніж удвічі. 65% опитаних призналися, що у дитинстві отримували ляпаси, побиття ременем, а також приниження і словесні погрози [8].

Окрім особистих (психологічних) наслідків для жертв, домашнє насильство має своє наслідки у економіці (фінансові втрати роботодавців через непрацездатність жертв; додаткові витрати роботодавців на наслідки насильства; економічні втрати самих постраждалих) та соціальні наслідки у виді «соціальної естафети». Явище соціальної естафети полягає у тому, що діти-жертви насильства більш схильні відтворювати таку модель поведінки у власних сім'ях.

Література:

1. Домашнє насильство в Україні: досвід та настрої громадян URL: <https://uifuture.org/publications/domashnye-nasylstvo-2-mln-ukrayincziv-stverdzhuyut-shho-staly-zhertvamy-zhorstkogo-povodzhennya-u-pobuti/>.
2. Кількість скарг на домашнє насильство зросла на 40% – поліція. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3077381-kilkist-skarg-na-domasne-nasylstvo-zrosla-na-40-u-porivnanni-policia.html>.
3. Домашнє насильство – від фактів до дій. Як Стамбульська конвенція поліпшить становище? URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/-/domestic-violence-from-facts-to-acts-how-will-the-istanbul-convention-improve-the-situation>.
4. Домашнє насильство: факти та цифри. URL: <https://nonviolence.ed-era.com/intro-facts-statistics>.
5. Міжнародний день боротьби з насильством проти жінок: чому жінки мовчать та куди звертатися по допомогу? URL: <https://www.prostir.ua/?news=mizhnarodnyj-den-borotby-z-nasylstvom-proty-zhinok-chomu-zhinky-movchat-ta-kudy-zvertatysya-po-dopomohu/>.
6. Жестокое обращение с детьми. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/child-maltreatment>.
7. Невидимі рани: чому психологічне насильство для дітей теж небезпечне. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2021/05/12/244874/>.
8. 65% українських чоловіків у дитинстві були жертвами домашнього насильства – соціопитування Amnesty International. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrainski->



ЧИННИКИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ

Лавренюк Софія Романівна, Одусанво Вікторія Темітоне, здобувачки вищої освіти Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Міжнародний досвід досліджень щодо доступу до ринку праці людей з інвалідністю показує важливі знахідки щодо впливу суспільного уявлення про інвалідність на можливість таким людям знайти роботу [5], а також конструювання соціальних [6] та культурних [7] рамок сприйняття інвалідності. Проте про практики в Україні відомо мало.

На сьогодні в Україні за даними Держстату кількість осіб з інвалідністю працездатного віку становить близько 2,7 млн [1], серед яких лише 26% працевлаштовані. Попри це існують нормативи працевлаштування людей з інвалідністю, що має регулювати ситуацію та передбачає створення квот на підприємствах [3]. З огляду на наявну статистику працевлаштування таких людей, виконання цього закону можна поставити під сумнів. Подібна ситуація демонструє необхідність проведення реформ які допомогли б покращити ситуацію як на законодавчому рівні, так і на рівнях підприємств, а також на соціальному рівні – тобто, зі сторони людей з інвалідністю безпосередньо.

Аби сформулювати ширше уявлення щодо наявної ситуації в Україні, в межах поля дослідження соціології праці та соціології інвалідності, було проведено емпіричне дослідження як людей з інвалідністю, що мають досвід працевлаштування, так і потенційних / фактичних працедавців. У опитуванні взяли участь 16 осіб з інвалідністю, а також опитано 8 осіб, які працюють у підприємствах різних масштабів (великі, малі та середні).

Під час дослідження було виокремлено наступні бар'єри при працевлаштуванні людей з інвалідністю: просторовий, інституційний, законодавчий, соціальний.

Аналіз показав, що чинних нормативів [2] щодо доступості будівель та громадських місць часто не дотримуються, тож певні сфери праці закриті для людей з інвалідністю, попри їхню кваліфікацію, через просторові бар'єри.

Інституційні бар'єри поєднують у собі медичну та освітню сфери,

політики бізнесів (внутрішня корпоративна культура) та державний сектор. Серед основних проблем пов'язаних з працевлаштуванням людей з інвалідністю є доступ до навчальних закладів. Відсутність диплому про освіту, зменшує шанси обіймати високооплачувані та/або престижні посади. Респонденти також зіштовхувалися з нехтуванням медичного персоналу своїми обов'язками, у результаті чого, могли бути складнощі у визначенні діагнозу та отриманні кваліфікованої медичної допомоги. Більш того, через неготовність роботодавців та держави йти назустріч та створювати розумне пристосування для працевлаштування людей з інвалідністю згідно з законодавством [6], такі люди поповнюють ряди розвитку тіньової економіки, або ще гірше – позбавлені свого законного права на працю, незалежності і самозабезпечення.

Законодавчий механізм навіть при чинних нормах також виступає бар'єром для людей з інвалідністю. Досвід працевлаштування респондентів свідчить про те, що деякі роботодавці вдаються до махінацій із зарплатою: через інвалідність людині платять менше за встановлений мінімум, пропонують працювати неофіційно, або ж використовують практику «працевлаштування трудової книжки».

3-поміж більш структурних та врегульованих бар'єрів є той, що існує незалежно від нормативів – соціальний. Це може бути як упереджене ставлення до працівників з інвалідністю зі сторони колективу та роботодавців. Також через негативний досвід у людей з інвалідністю з'являється стереотип про те, що всі керівники поведуться аналогічно. У шукачів роботи виникають сумніви, чи варто йти на ризик і стикатися з дискримінацією на робочому місці та звільненням або ж краще задовольнятися лише соціальними виплатами й не мати шанс на розвиток професійних здібностей.

Роботодавців можна поділити на декілька категорій: представники міжнародних бізнесів, які мають внутрішні політики різноманіття та рівності; представники середнього та малого бізнесу, які самостійно забезпечують робочі місця людям з інвалідністю; представники, які працевлаштовують у рамках квоти.

З позиції роботодавців можна виділити такі аспекти: розмиті державні та законодавчі вимоги (відсутність чітко прописаних санкцій, прав та обов'язків усіх сторін); відсутність коштів підприємства для переобладнання робочих приміщень; незнання можливих позитивних сторін прийняття людей з інвалідністю на роботу.

Отже, за результатами проведеного дослідження, для людей з інвалідністю найбільшими проблемами при працевлаштуванні є: технічні

аспекти, такі як відсутність транспорту, непридатність офісу для роботи; відсутність чіткого державного регулювання ситуації; несприйняття інвалідності з боку суспільства та власна неготовність залучення на ринок праці. З боку працедавців основним є власне упередження щодо категорії людей, що мають інвалідність; а також нерозуміння чинних законодавчих норм. Загалом, виявилось, що на успішне працевлаштування впливає ряд чинників, які більшою мірою не залежать від особистих зусиль шукача роботи, і ставить її / його у позицію соціальної незахищеності через відсутність втручання зі сторони держави: законодавства, сприятливих інституційних механізмів; а також зі сторони суспільства, яке породжує упередження щодо працездатності тої чи іншої людини з інвалідністю.

Література:

1. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні: Закон України № 2249-VIII від 19.12.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>.
2. Про охорону праці: Закон України № 2694-XII від 14.10.1992 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>.
3. Пенсії по інвалідності. *Пенсійний фонд України*. URL: <https://www.pfu.gov.ua/poslugi/vydy-pensij/pensiya-po-invalidnosti/>
4. Про затвердження Порядку здійснення державного будівельно-архітектурного контролю: Постанова КМУ № 553 від 23.05.2011 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/553-2011-%D0%BF#Text>.
5. Shier M., Graham J.R., Jones M.E. Barriers to employment as experienced by disabled people: a qualitative analysis in Calgary and Regina, Canada. *Disability & Society*. 2009. Vol. 24 (1). P. 63-75.
6. DePauw K.P. Social-cultural context of disability: Implications for scientific inquiry and professional preparation. *Quest*. 2000. Vol. 52 (4). P. 358-368.
7. Peters S. Is there a disability culture? A synchronisation of three possible world views. *Disability & Society*. 2000. Vol. 15 (4). P. 583-601.



СОЦІОЛОГІЧНА РЕЦЕПЦІЯ ПРИЧИН ВИНИКНЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ СІМЕЙНИХ КОНФЛІКТІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Легеня Владислава Олексіївна, здобувачка вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Вивчення актуального стану розвитку сім'ї дає можливість виокремити тенденцію до певної деформації шлюбно-сімейних цінностей, стосунків, що призводить до зростання числа розлучень, збільшення кількості людей, які не бажають вступати до шлюбу, а надають перевагу колегіальним (цивільним) шлюбам, не беручи на себе певні обов'язки та відповідальність за довготривалі взаємини. Збільшується чисельність подружніх пар, які

розлучаються. За статистичними даними 50% перших шлюбів закінчуються розлученням, приблизно 80% розведених чоловіків і жінок знову одружуються, причому близько 60% повторних шлюбів також розпадаються [1].

Категорію «сім'я» вивчають найрізноманітніші науки, і кожна дає своє тлумачення, наприклад в соціології, в юриспруденції, чи психології. Сім'єю називається стійка форма взаємовідносин між людьми, в рамках якого здійснюється основна частина їх повсякденного життя: сексуальні відносини, дітонародження, первинна соціалізація дітей, також значна частина побутового догляду, освітнього і медичного обслуговування, особливо по відношенню к дітям та особам похилого віку [2]. Сім'я, крім того, це найсильніше джерело емоційних реакцій, в добрій нагоді забезпечує людині підтримку, прийняття, рекреацію.

Багато вчених – соціологів, психологів вважають, що конфлікти у сім'ї – це показник серйозних розбіжностей між членами сім'ї, в основі яких лежить несумісність їхніх поглядів, інтересів чи потреб. Конфлікти ведуть до дисфункціональності сім'ї. Партнери з дисфункціональної сім'ї нездатні задовольняти потреби один одного в особистісному та духовному зростанні.

Тематика конфліктів має величезне значення для вирішення різних проблем сім'ї. Конфлікти це явище, яке неможливо уникнути в будь-яких сферах життєдіяльності людини, і особливо – в сімейному житті. Сімейні конфлікти діляться, в залежності від суб'єктів взаємодії, на конфлікти між подружжям, між дітьми і батьками, між подружжям та іншими членами сім'ї. Такі конфлікти можуть грати, як негативну, так і позитивну роль, яка сприяє особистісному зростанню, зміцненню сім'ї, сприятливому розвитку взаємин подружжя і всіх їх членів сім'ї, тоді як деструктивний конфлікт руйнує сім'ю і взаємини. Але які б не були обставини і причини, будь-який конфлікт вимагає уваги і вміння з управління і вирішення сварки.

У сімейному житті, є чинники, які відбуваються в суспільстві, які можуть сприяти початку конфліктів. Особливо зараз спостерігається зростання соціальної відчуженості, інтерес до культу споживання, робочі зміни подружжя або обоє проводять на роботі, відсутність власного будинку, комфортного добробуту, а також норми сексуальної поведінки, економічна криза, фінанси, соціальна сфера держави.

В Україні, на сучасному етапі суспільного розвитку, конфлікти залишали не просто помітне місце, а зазвичай місце, яке відчутно впливає на історію. Тобто, можна казати про те, що стан молоді сім'ї визначає рівень майбутнього українського суспільства. Роль, яку приймає в сім'ї конфлікт, залежить від саме самої родини, вміння кожного із членів

подружжя управляти в першу чергу і собою, поступатися багато чим, йти на ймовірний компроміс. Це, в першу чергу не вроджені розумові здібності, вони також досягаються у наслідок детальної роботи людини аж над собою й, звісно, з вихованням. Сім'я один з багатьох найважливіших інструментів першочергової соціалізації особистості, а саме історичної трансляції певних культурних, етнічних, та моральних цінностей.

У ході вивчення проблеми сімейного конфлікту виявлено основні причини його початку, до яких належать:

- наміри змінити партнера. Як це не дивно, але ті, від кого ми вимагаємо змін, зовсім не хочуть бути глиною, з якої можна зліпити все, що завгодно. У них є свої переконання, уявлення про правила сімейного життя, цінності, на які вони спираються;

- егоїзм або ревності;
- невміння спілкуватися один з одним. Непорозуміння як результат небажання вести діалог;

- обмеження свободи дій, самовираження членів сім'ї;
- незадоволення потреби в позитивних емоціях (відсутність ласки, турботи, уваги й розуміння);

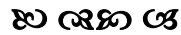
- побутова невлаштованість;
- зрада або неповага один до одного;
- різні погляди на сімейне життя;
- невідповідність темпераментів;
- шкідливі звички одного з подружжя та пов'язані з ними наслідки;
- матеріальні проблеми, які складно вирішити;
- розбіжності в духовних інтересах.

Попередження сімейних конфліктів залежить від усіх членів сім'ї і насамперед від самих чоловіка і дружини. При цьому слід мати на увазі, що деякі дрібні сімейні сварки можуть мати позитивну спрямованість, допомагаючи прийти до згоди зі спірних питань і запобігти більш глибокому конфлікту. Але, у більшості випадків, сімейні конфлікти допускати не варто [3].

Висновок. Підсумовуючи, можна сказати, що сімейні конфлікти – це взаємини між людьми в родині, які є зазвичай негативними і руйнівними, оскільки вони об'єднують невдоволення з елементарними потребами і вимагають додаткових зусиль кожного члена сім'ї окремо і всієї родини на шляху до досягнення гармонії, зрілості і нормального функціонування. Причини конфлікту можуть бути сформовані зовнішніми впливами, моральними і етичними принципами, визначальними людську поведінку.

Література:

1. Формування конфліктів у сім'ї. *Osvita.ua. Соціологія*. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/sociology/30011/>.
2. Соціальна робота з багатодітною сім'єю. *Соціологія. Технології соціальної роботи*. URL: https://pidru4niki.com/73062/sotsiologiya/sotsialna_robota_bagatoditnoyu_simyeyu.
3. Давидюк Н. Типові причини формування конфліктних взаємин у подружній Діаді. *Український соціум*. 2004. № 2 (4). С. 29-33.



РОЛЬ ЛІДЕРА У ФОРМУВАННІ КОМАНДИ

Малий Артем Олексійович, здобувач вищої освіти Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

Сучасні підходи до управління виходять з того, що найбільш ефективною формою існування трудового колективу є команда. Команда найчастіше формується цілеспрямовано, і саме діями лідера визначається наскільки швидко і легко пройде цей процес формування і команда почне розвиватися на повну потужність. Особливості підбору членів майбутньої команди багато в чому визначається суб'єктивною оцінкою лідера суті терміну «команда». Загальним проблемам формування команди присвячені роботи таких закордонних учених, як: Дж.Р. Кемзенбер, К. Левіс-МакКлеар, Д.К. Сміт, М. Тейлор. Створення команди, як новий метод розвитку організації, з'явився в кінці 80-х – на початку 90-х років у США та Західній Європі і швидко здобув популярність як по усьому світу, так і в сучасній Україні.

Загалом, є багато визначень команди в українській літературі, зокрема:

- команда – це невелика кількість людей з взаємодоповнюючими навичками, які прагнуть до спільної мети, виконують завдання та підходи, за які вони взаємно відповідальні;
- люди, що працюють разом на певному шляху для досягнення загальної мети або місії. Робота є взаємозалежною і члени команди розділяють відповідальність і вважати себе відповідальними за досягнення результатів;
- команда група людей, що працюють разом для досягнення спільної мети;
- група, у якій члени інтенсивно працюють разом для досягнення спільної мети групи [1, с. 25].

На думку багатьох керівників, базовою «цінністю» виступає робота, а

команда виступає лише як багаторівневе утворення, що складається з підлеглих і керівництва. У той же час керівники, провідною цінністю вважають і творчість, де команда складається з групи послідовників і однодумців. Крім того, є ряд керівників, де основою командної орієнтації є свобода. Така команда утворена, як правило, із старих друзів, учнів / вихованців.

Керівники з базовими цінностями «сім'я» і «здоров'я» в підборі членів команди орієнтуються на власну безпеку, тобто передусім на забезпечення власного душевного і матеріального благополуччя, а також комфортних умов існування в організації і за її межами, а не на отримання організаційного результату. Тому при формуванні команди вони віддають перевагу людям, які здатні створювати позитивний мікроклімат і забезпечують стабільність керівника і структури.

У той же час, стратегії підбору членів команди відбувається не лише за особовими цінностями, але й із смисложиттєвими орієнтаціями керівників як організаційних лідерів.

1. Орієнтована на рішення організаційних завдань стратегія виявилася взаємозв'язана із задоволеністю керівника минулим і сьогоденням в організаційному розвитку і функціонуванні.

2. Орієнтована на безпеку – з незадоволенням керівника частиною життя, яке залишилося в його минулому.

3. Орієнтована на рішення «крової ідеї» – з націленістю на самореалізацію в майбутньому.

Окрім провідних особових цінностей у процесі командоутворення визначають також стать, вік, специфіка орієнтацій у нормативно-ціннісному просторі, психологічна дистанція і включеність в діяльність.

Процес командоутворення можна поділити на три етапи:

1. На етапі комплектування цілеспрямовано здійснюються роботи зі створення потенційної команди з урахуванням індивідуальних здібностей, особових особливостей і навичок членів команди, необхідних для успішного вирішення завдання.

2. На етапі групування послідовно проводяться спеціально організовані процедури роботи з командою, які дозволяють погоджувати загальне бачення в команді, провести позиціонування членів команди, виробити план роботи і відпрацювати необхідні в командній роботі комунікативні навички.

3. На етапі діагностики оцінці піддаються: реальні продукти роботи команди (чіткі цілі, схеми, позиціонування, план, відповідальні), емоційні компоненти (задоволеність членів команди від спільної роботи, почуття правильно вибраного напрямку роботи), командні зміни (нові ролі, процеси,

міра зв'язаності команди), індивідуальні зміни(прогрес придбання вмінь, навичок, установок або мотивація).

Якщо лідер прагне оптимізувати процес командоутворення, він у своїй роботі може спиратися на комплексний підхід, спрямований на формування загального бачення та цілепокладання в команді [2-3]. Відповідно до цього підходу загальне бачення в команді визначає і прогнозує ефективність і продуктивність її діяльності, а умовами вироблення загального бачення є стійкі уявлення членів групи про команду і кожного її учасника, а також певна міра згоди з приводу командного завдання.

Отже, командоутворення розглядається як циклічний процес, що складається з комбінацій дії і рефлексії, спрямованих на реалізацію стратегічних цілей команди, а також на визначення та вирішення проблем. Для вирішення певного завдання або досягнення важливої мети в організації створюється певна структура – управлінська команда. Формування управлінської команди – це об'єднання різних керівників або менеджерів для досягнення поставлених цілей. Створення команд дозволяє збільшити продуктивність управлінської праці на 70-80%. Проте, такий результат досягається тільки при умілому формуванні внутрішньої структури управління в команді та наявності грамотного лідера.

Література:

1. Голентовська О.С. Огляд зарубіжних та вітчизняних підходів до проблеми командотворення. *Наука і освіта*. 2014. № 5. С. 24-30.
2. Деркач А.А., Калинин И.В., Синягин Ю.В. Стратегии подбора и формирования управленческой команды. М.: РАГС, 1999. 315 с.
3. Синягин Ю.В. Психологические закономерности формирования руководителем своего окружения в организации. М.: РАГС, 2016. 118 с.



ФЕЙКОВІ НОВИНИ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Осокін Олександр Сергійович, здобувач вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Загалом кажучи, фейкові новини – це неправдива інформація, яка часто викликає масову привабливість, маскууючись під справжню новину з метою просування певних причин або отримання доходу шляхом обману. Фейкові новини, хоча і є відносно новим терміном, існували протягом усієї історії, і це аж ніяк не явище недавнього часу. Одним з перших прикладів таких випадків є очевидна перемога Рамзеса Великого. Єгипет в битві при Кадеші проти хеттів Анатолії в XIII ст. до н.е. Коли Рамзес повернувся додому, його

широко прославили, і сцени його приголомшливої перемоги були написані в багатьох храмах. Однак договір, підписаний між обома королівствами, показує, що битва завершилася як патова ситуація. Рамзес хитро поширював брехню та пропаганду, щоб замаскувати свою невдачу в перемозі над хеттами.

Пропаганда також є прикладом фейкових новин. Для того, щоб краще зрозуміти фейкові новини, ми розглянемо сім типів фейкових новин:

1) Сатира або пародія – хоча сатира зроблена без наміру поширювати дезінформацію, вона все ж таки може ввести людей в оману.

2) Неправдиві зв'язки – використання не пов'язаних між собою візуальних засобів та заголовків у статтях, які тонко припускають неправдиві погляди.

3) Фальшивий контекст – використання справжньої інформації та вилучення її з контексту.

4) Контент, що вводять в оману – вибіркове використання інформації для формування окремих осіб або проблем.

5) Контент самозванця – видача себе за справжні джерела.

6) Фальсифікований контент – ймовірно, найбільш заслуговуючий назви «Фейкова новина», оскільки велика частина його змісту не відповідає дійсності.

Клер Уордл, експерт з фейкових новин, вважає, що слово «фейкові новини» в сучасну епоху інформації недостатньо для опису проблем. За її словами, «інформаційне забруднення» в останні роки можна виділити на три проблеми [1]:

1) Дезінформація – контент, створений і розповсюджений людьми зі злим умислом.

2) Дезінформація – контент, який розповсюджується людьми без злого умислу, неусвідомлено.

3) Дезінформація – справжній контент, який розповсюджується зі злим умислом.

Для того, щоб ідентифікувати та запобігти фейковим новинам, ми повинні розуміти, як вони поширюються і як їх споживають. Поширення фейкових новин має три основні фактори [2]:

1) Боти – у соцмережах мільйони ботів. За оцінками, у Facebook, Twitter та Instagram разом є сто дев'яносто мільйонів ботів. Боти на цих платформах постійно публікують актуальні теми та хештеги, щоб охопити якомога більше людей.

2) Люди – хоча боти багато поширюють фейкові новини, люди несуть відповідальність за повторну передачу фейкових новин. Дослідження також

показали, що люди частіше діляться фейковими новинами, ніж реальними історіями, оскільки фейкові новини часто є більш сенсаційними.

3) Мікротаргетинг – фейкові новини часто орієнтуються на свою аудиторію за допомогою аналітики в соціальних мережах та файлів cookie. Хоча спочатку ці функції були розроблені для того, щоб краще пропонувати користувачам вміст та рекламу, останні витoki даних та інформація, що продається цими ІТ-компаніями, опиняються в чужих руках і тому використовуються для кращого представлення фейкових новин нічого не підозрюючим споживачам.

Багатьох цікавить, як багато людей у всьому світі потрапляють на фейкові новини. Однією з основних причин є когнітивна упередженість. Когнітивні упередження, по суті, діють як ментальні ярлики, і існують чотири способи зробити нас сприйнятливими до фейкових новин [3]:

1) Діяти, не читаючи. У сучасному світі, що швидко рухається, багато людей, як правило, сприймають новини, читаючи лише заголовок, що може викликати плутанину і може бути використано фейковими новинами за допомогою оманливих заголовків.

2) Ознаки популярності – це коли навколо вас широко поширена віра, ваша когнітивна упередженість спонукає вас також повірити в це.

3) Партійність – політична орієнтація, яка вирішує, у що вірити, а в що не вірити. Партійність іноді ставить людей у психічні пастки.

4) Стійкість неточності – тенденція фейкових новин зберігатися навіть після їх розвінчання.

Через зростаючу складність фейкових новин експерти намагаються знайти різні способи та технології протидії цьому. Багато експертів використовують методи машинного навчання та інтелектуального аналізу даних, щоб виявити навіть складні фейкові новинні статті, хоча ці методи поки що не знаходять широкого застосування. Наразі перевірка фактів – найкращий захист від нагромадження фейкових новин. Кілька авторитетних джерел новин, таких як BBC, New York Times та CNN, які опублікували багато звітів про перевірку фактів з багатьох важливих питань [4]. Надійні інформаційні агентства також намагаються уточнити заяви окремих осіб та організацій, звернувшись до них. Через недавній нагвалт фейкових новин у всьому світі з'явилися незалежні медіа – організації по всьому світу з єдиною метою перевірки фактів. Приклади таких організацій включають politifact, factcheck.org та alt-news. Нещодавно доступ до перевірки фактів, інформаційні агентства та політики також використовували різні бази даних для ефективної боротьби із забрудненням інформації. Обов'язок людей – переконатися, що вміст, який вони розміщують в Інтернеті, заслуговує

довіри.

Сьогодні фейкові новини такі ж шкідливі, як і завжди. Але, на відміну від 20 років тому, сьогодні боти без нагляду людини можуть поширювати фейкові новини мільйонам людей по всьому світу без особливих зусиль. Компанії соціальних медіа щорічно заробляють мільярди доларів, і багато хто вважає, що їм слід вжити рішучих заходів проти фейкових новин.

Особисто я вважаю, що їх першим кроком має бути видалення сотень мільйонів ботів на своїх платформах. По-друге, ці компанії повинні співпрацювати з організаціями з перевірки фактів або створити власні потужні організації з перевірки фактів, щоб відфільтрувати найшкідливіші фейкові новини. По-третє, ці компанії повинні мати універсальні правила проти фейкових новин у всьому світі. (Ці правила слабші у країнах, що розвиваються, порівняно з розвиненими країнами.) Нарешті, уряди та люди повинні вважати ці компанії соціальних медіа відповідальними за розповсюдження фейкових новин.

Уникання фейкових новин також лягає на спільноту. Ми повинні навчити себе та близьких нам людей, як уникнути фейкових новин. Наприклад, діти на Тайвані вивчають уроки медіаграмотності в школі, щоб навчитися розпізнавати пропаганду та фейкові новини. Ці заняття необхідно донести до решти світу, оскільки фейкові новини є глобальною проблемою. Пропагандисти фейкових новин також повинні бути покарані законом, оскільки іноді ці люди несуть відповідальність за смерть та громадську дисгармонію. Фейкові новини також є найбільшою загрозою для демократії у всьому світі в останні роки. Я вважаю, що вибори мають вільно вирішувати жителі країни. Але вибори у всьому світі частково вирішуються ботами, великим бізнесом та зовнішніми недемократичними державами за допомогою фейкових новин. На закінчення я хотів би сказати, що фейкові новини та забруднення інформації – це поразка інформаційної ери, і це необхідно ліквідувати, перш ніж кількість жертв зросте і охопить тих, хто близький нам.

Література:

1. Wardle C. Fake news. URL: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>.
2. How is Fake News Spread? Bots, People like You, Trolls, and Microtargeting. URL: <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/spread>.
3. Why We Fall for Fake News. URL: <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/why-we-fall>.
4. Protecting Ourselves from Fake News: Fact-Checkers and their Limitations. URL: <https://www.cits.ucsb.edu/fake-news/protecting-ourselves-fact>.



ВІЗУАЛЬНИЙ ОБРАЗ УСПІШНОГО ПОЛІТИКА: НА ПРИКЛАДІ АГІТАЦІЙНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Петронюк Вадим Вадимович, здобувач вищої освіти Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Візуальний образ – це відображення дійсності через її часткове або повне копіювання, відображення і відтворення в образах (статичних або динамічних), а також через візуальні аспекти дійсності (міміка, жести, одяг).

Актуальність полягає в тому, що на реальному етапі розвитку суспільства побудова іміджу / образу політичного лідера починає відігравати небувалу роль і впливати на політику та міжнародні відносини країни.

Один з найважливіших елементів образу політика – це його імідж, тобто відображення всього спектру функцій та персоналізованої інформації про суб'єкт, набір політичних образів і культурних образів, що виникають під час посилення на цей суб'єкт.

Реальне політичне суперництво дає підстави говорити про феномен лідерства у внутрішньополітичному контексті. Коли йдеться про загальнонаціональний рівень, то тут, на думку дослідників Ю. Зущика, Д. Кривошеєнка та В. Яблонського, «чітко простежуються чотири основні фази лідерства – його ініціація, просування, інституалізація та підтримка (підкріплення) лідерства». Важливо відзначити, що в цьому випадку йдеться про т.зв. «велике» лідерство, що за своїми характеристиками певною мірою наближається до ознак харизматичності. Таким чином, особливості трансформаційного періоду сформували суспільний запит на сильного лідера, який взяв би на себе відповідальність за визначення орієнтирів розвитку і за реалізацію відповідної політики на ділі. Серед такого типу політиків, на нашу думку, можна виділити президента на глобальному рівні та міського голову на локальному.

Дослідження, яке ми проводили, звертається до локального рівня, а конкретно – до образу успішного політика на прикладі кандидатів на позицію міського голови міста Дніпра.

У ході дослідження ми прийшли до того, що необхідними критеріями для успішного лідера є орієнтованість на роботу – 81%, склалося враження, що йде розповсюдження ідеї трудоголізму, сама форма тіла є не важливим фактором – 42% з надмірною вагою, 18% худощавих, 30% із середньою

комплектацією.

Стосовно концепції стилю і сенсу життя (гедонізм, альтруїзм, прагматизм), то це гібридна форма – гедоністично (58%) прагматичний (38%) тип.

Відносно самого типу лідера, тут ми взяли класифікацію Е. Берна, за якою він виділив наступні типи:

- делегат – відповідає за свої рішення перед вищою владою;
- виконавець – іде при підтримці канону за первинним лідером чи вищою владою;
- особистий – особистість, що в даний момент функціонує як лідер;
- відповідальний – індивід, що займає нішу лідерства в організаційній структурі і відповідає за свої рішення;
- первинний – установлює чи радикально змінює структуру й канон групи перед загрозою небезпечного опору;
- підлідер – користується певною незалежною владою, але водночас відповідає за свої рішення перед іншими;
- психологічний – індивід, чий образ найбільш заряджений в ніші лідерства і якому присвоюються абсолютні чи магічні властивості;
- ефективний – індивід, чий рішення скоріш за все будуть мати певні наслідки.

За результатами, домінуючим типом ми виділили відповідального (38%) делегата (28%). Якщо ж брати більш конкретно-локальний випадок, того хто як результат переміг на виборах, то тут домінуючим, на нашу думку, є тип особисто-психологічний делегат (8-17-28%), при цьому тут простежується ще й тип особистий-виконавець (8-11%), оскільки Філатов Борис Альбертович систематично планує додержуватися заданого руху в своїй політиці і розвитку своєї ідеї, маємо певний мікс, але основні ідеї цих типів яскраво простежуються.

Домінуючим типом одягу є діловий костюм (84%).

Стосовно емоцій, можна виділити серйозність (21%), серйозність часами переходила в апатію (10%), але стосовно чинного лідера – Філатова Бориса Альбертовича, варто зазначити, що він використовує повну палітру емоцій, окрім тих, які можуть викликати відразу з боку електорату – відразу (0%), гнів (0%) та ін.

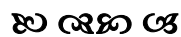
Основною позою під час звернення / монологу виступає поза стоячи (70%), з вільними руками (90%). Оскільки кандидат на посаду міського голови, то і основною локацією в роликах ми фіксували саме простір міста, його вулиці (25%), парки (20%), а також приватний сектор (20%).

Окрім окулярів(20%) для покращення зору/читання ніяких аксесуарів

особливо виділити не змогли.

У виступах же, критика опонентів переважно відсутня (54%), або латентна (26%). Відеоряд де присутня конкретна критика, це цілковито направлені на це ролики, суть яких полягає в протидії кампанії опонента і порівнянні себе з ним, де «себе» позиціонується не як альтернатива, а як «панацея».

Підсумовуючи, можна сказати, що сучасна практика формування політичного іміджу лідера має широкий арсенал ефективних засобів, від професійної політичної реклами до системи зв'язків з громадськістю (PR). Викорисовуються вже випробувані методи «просування кандидата», його «упаковки» і «продаж», «зниження іміджу конкурента» тощо. У сучасній політичній боротьбі нерідко застосовуються і «чорні / сірі» технології, вивчення яких допоможе протистояти їх впливові на громадську думку. Відбувся поворот від іміджу «вербального» лідера перших років Незалежності до іміджу «лідера прагматика». Однак шляхом аналізу відеоряду ми прийшли до думки, що основний типаж політичного лідера – гедоністичний-прагматик. Сучасний «ідеальний лідер» повинен синтетично поєднувати в собі якості попередніх типажів з високим професіоналізмом, моральністю і патріотичною відповідальністю перед своїм народом, здатністю об'єднати зусилля народу для кардинального поліпшення як внутрішнього, так зовнішнього становища.



АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ «АШАН РІТЕЙЛ»

Плетінь Богдан Олегович, здобувач вищої освіти Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій.¹

Ашан Рітейл – це міжнародна мережа роздрібної торгівлі створена у Франції у 1961 році. Наразі компанія присутня у 12 країнах Європи, Азії та Африки і є 11-м світовим дистриб'ютором продуктів харчування – та 35-м роботодавцем у світі. Ашан Рітейл об'єднує усі формати: гіпермаркети, супермаркети і магазині біля дому, що підсилюються електронною комерцією і драйвами в деяких країнах [2].

В Україні мережа представлена з 2008 року та сьогодні має фізичні

¹ Науковий керівник: Бабич О.Б., кандидат економічних наук, доцент Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій.

магазини у 9 містах – Київ, Харків, Львів, Чернівці, Житомир, Дніпро, Кривий Ріг, Запоріжжя, Одеса, а також електронну комерцію по всій країні. Ашан – найбільший французький роботодавець в Україні, що працевлаштовує близько 6000 співробітників та пропонує більше 200 різних професій [2].

Ашан рітейл є соціально відповідальною бо сплачує податки. За 2020 рік ТОВ «АШАН УКРАЇНА ГІПЕРМАРКЕТ» сплатив 980 366 587 грн. податків, серед яких: збір за забруднення навколишнього середовища; збір за користування радіочастотним ресурсом; акциз від роздрібних продажів підакцизних товарів; розрахунки з ПДФО; військовий збір (1,5%), ЄСВ на зарплату; податок на репатріацію доходів нерезидента.

Аналізуючи ефективність заходів корпоративної соціальної відповідальності Ашан Рітейл зазначимо що, **Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)** – це відповідальність підприємства за прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальні системи, в які воно вбудоване, позитивний вплив бренду на все, що відбувається навколо його діяльності [4].

Опишемо ключові заходи з Ашан Рітейл за період з 2019-2020 рр.:

1) Фундація Ашан для Молоді – це корпоративний благодійний фонд компанії Ашан, що допомагає дітям та молоді від 5 до 25 років шляхом підтримки соціальних проектів у напрямках здорове харчування та здоровий спосіб життя. Перший проект в Україні було реалізовано у 2012 році [3]. 607 бенефіціарів отримали допомогу 72 зустрічі з дітьми та молоддю; 10 нових проектів; загальна сума наданих грантів – 80 000 євро.

2) Підтримка дитячих будинків. Завдяки співпраці з дитячими будинками, Ашан в рамках щоквартальних візитів забезпечує потреби вихованців. волонтери Ашан рітейл приїзять на пікніки, влаштовують квести й майстер-класи для дітей. Це допомагає дітям почувати себе потрібними, 77 волонтерських годин, присвячених дітям. 59 щоквартальних візитів до підшефних дитячих будинків. 747 дітей отримали бажаний новорічний подарунок у рамках благодійної акції «Ялинка побажань». 119 майстер-класів для дітей проведено. 300 дітей отримали необхідне шкільне приладдя в рамках акції «Дерево знань».

3) Створюючи нове майбутнє – ця благодійна акція має на меті створення можливостей для людей з синдромом Дауна в Україні. Традиційно Ашан проводить збір коштів та усі бажаючі клієнти та співробітники можуть зробити свій внесок в 26 магазинах [1]. Було зібрано 542 736,92 грн. зібраних коштів коштів. Але не вказано, в які саме фонди пішли ці кошти думаю треба конкретно вказати, в яку ГО або куди саме

витратились ці кошти.

4) Благодійні пробіги. З 2013 року Ашан бере участь у спортивних заходах. Столичний благодійний «Пробіг під каштанами 2019»: 239 учасників – рекордна кількість волонтерів Ашан 1195 км подолана відстань.

5) Регіональні пробіги: Команда магазину Ашан Київська в Житомирі долучилась до благодійного пробігу «БІЖУ ЗА ЖИТТЯ». Команда магазинів Ашан Південний. Ашан Сокольники та Ашан Чорновола зі Львова долучились до благодійного пробігу у рамках «Run the world». Ашан Хотинська долучилась до Чернівецького півмарафону CBG.

Гарна ініціатива проводиться багатьма компаніями та дає як рекламу, так і кошти, але скільки коштів було зібрано не вказано.

6) Шафа добра. 698 наборів для потребуючих було зібрано завдяки проекту Шафа Добра. Проект діє у магазинах Львова та Харкова у партнерстві з ГО «Розвиток громади» та ХОБФ «Соціальна служба допомоги».

7) Заходи під час пандемії. У зв'язку зі світовою санітарною кризою, виникла гостра потреба у продуктах харчування та засобах захисту, зокрема у найвразливішій категорії населення. Кожний магазин Ашан збирав звернення від громад та благодійних асоціацій-партнерів та надавав допомогу протягом піків пандемії [1]. Співробітники-волонтери магазинів Чернігівська та Либідська по 7 годин займалися збором та пакуванням товарів для «Let's help» та «Життєлюб» (8 455 бенефіціарів). Кулінари відділів власної кулінарії магазинів Ашан у Львові готували обіди для медичного персоналу, долучившись до акції «Нагодуй Лікаря». Магазины Петрівка, Біличі, Запоріжжя, Глушкова, Лугова, Лівобережний допомагали наборами першої необхідності дітям та людям із синдромом Дауна.

8) Турбота про навколишнє середовище. 36 заходів екологічного напрямку, зокрема: 21 вересня, з нагоди World Cleanup Day, Ашан традиційно долучився до наймасштабнішого прибирання міжнародного рівня [1].

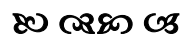
На мою думку, компанія Ашан Рітейл могла б проводити заходи з допомоги пенсіонерів та багатодітним сім'ям. Почала підтримувати національний спорт це не тільки допомогло б спорту, а й дало гарну рекламу компанії. Ще однією стрімко зростаючою галуззю є кіберспорт підтримка якого дала б гарну рекламу серед підлітків та й в цілому допомогла гарним командам.

Висновок. В Ашан Рітейл програми спрямовані на різні соціальні потреби від допомоги людям з синдромом Дауна і до соціальних пробігів всі вони без сумнівів впливають на різні соціальні верстви населень, але

мушу сказати, що я не знайшов масу інформації щодо корпоративно соціальної відповідальності компанії Ашан Рітейл, а саме незрозуміло скільки все-таки коштів було зібрано з різних програм та куди було направлено ці кошти.

Література:

1. Звіт з КСВ Ашан Рітейл. URL: https://brand.auchan.ua/uk/editorial/our_commitment/social_responsibility_report/.
2. Офіційний сайт Ашан Рітейл. URL: https://brand.auchan.ua/uk/editorial/our_commitment/auchan-ukraine/.
3. Фундація АШАН для Молоді. URL: https://brand.auchan.ua/uk/editorial/our_commitment/auchan-for-youth/.
4. Що таке КСВ. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-ksv/>.



**UKRAINE'S JUSTICE IN TRANSITION:
TACKLING THE CONFLICTS THROUGH POLICY**

Свєтлов Олександр Миколайович, кандидат історичних наук, науковий співробітник Фундації «Берлінська Стіна» (м. Берлін, Німеччина).

The case of Ukraine suggests that the crimes of the Communist era have hardly been hardly dealt with after numerous political fractures of the post-1991 transitions. Moreover, they were aggravated by the absence of concerted policy measures aimed at the resolution of manyfold past injustices in Ukraine as a post-totalitarian country. As a result, the occurrence of further injustices could not be deterred after gaining independence, iniquity remained largely unremedied and perpetrators, hence, stayed unpunished. The absence of adequate Transitional Justice policy or thought-through solutions to the wrongdoings of the past brought about tempting incentives for further acts of injustice both in Ukraine (e.g. during authoritarian rule of L. Kuchma and V. Yanukovych) and in Russia (e.g. Putin's aggression and subsequent ethnic cleansing in Crimea and Donbas). Persistence of human rights violations undermined democratic order and institutional legitimacy in Ukraine.

Since the declaration of independence in 1991, Ukraine went through a number of 'revolutions' – in 1990, 2004 and 2013/2014. These could change only incrementally the ruling elite, its ruling methods and policies. So, a critical assessment of multiple injustices and genocides of the communist history, suffered by the people of Ukraine, failed for long, as the elites were kept busy by further wealth accumulation and the affected population was not properly remedied or reconciled with its past. As a result of procrastination of both Soviet-

era and post-independence crime punishment, the massive human rights violation took place in the context of the 'Revolution of Dignity' in 2013/2014, with some 600 people missing or killed.

In the absence of adequate rulership and truly independent statehood, the semi-authoritarianisms of the political system shaped by L. Kuchma was followed by Russia's aggression in Crimea and Donbass in early 2014. As a result, Ukraine lost some 7% of its territory and evidenced almost 1,8 million displaced and refugees. Over 13.000 both military and civilians are estimated to have been killed since [1].

There is wide support in Ukraine for the accountability for committed war crimes. But due to low trust in national judicial institutions, the population is leaning towards the international justice mechanisms such as the International Criminal Court (ICC). Most Ukrainians do not trust the judiciary, prosecutor's office and the police and consider the anti-corruption reform and reforms of these institutions to be the main priority. According to the 2015 survey, 73 percent of Ukrainian citizens support the involvement of the ICC in investigations of the war crimes committed in Donbass [2].

In 2015 the Ukrainian government granted the ICC ad hoc jurisdiction over all international crimes that had taken place on Ukrainian territory since February 20, 2014. Still the Ukrainian government adheres to a contingent acceptance of international justice and opportunistic use of ICC's ad hoc jurisdiction [3], i.e. only when the government assesses the involvement of the tribunal as reasonable, probably fearing that the ICC could open investigations against the Ukrainian military. Nevertheless, the ICC may be an important transitional justice mechanism in Ukraine due to the lack of experience of Ukrainian national courts in prosecuting international crimes and general lack of confidence in the judiciary.

Lately, Ukraine passed a lustration bill purging Ukraine's government and institutions of many of the former members of the Yanukovich regime, corrupt judges, and former KGB agents. Also, **a package of four Decommunization Laws, addressing its Soviet history and** designed to dismantle Ukraine's totalitarian heritage, **were adopted:**

- 'On the condemnation of the communist and national socialist (Nazi) totalitarian regimes in Ukraine, and the prohibition of propaganda of their symbols' (the 'Law Condemning Totalitarian Regimes')

- 'On the legal status and commemoration of fighters for Ukraine's independence in the 20th Century' (the 'Law Commemorating Independence Fighters')

- 'On remembering the victory over Nazism in the Second World War'

- 'On access to the archives of the repressive agencies of the communist

totalitarian regime of 1917-1991' (collectively, the 'Decommunization Laws')

These seem to be only incremental, incomplete and half-hearted policies so far, failing to address injustice and provide remedies in more concrete and personalized, down-to-citizen terms.

Generally, the central idea of transitional justice is that of reconciliation. It involves a set of legal and non-judicial mechanisms. These mechanisms are designed to evaluate the past, which contributed to the massive violation of human rights and humanitarian law. It can be guaranteed by following the following policies:

- Implementing measures to prevent violations of human rights and humanitarian law;
- Carrying out serious investigations of the committed acts that contain all the elements of the crimes, inhumane acts;
- Identifying persons and entities, responsible for committing these acts, which contain all the features of inhumane acts, and ensure their necessary consequences;
- Identifying possible victims of crime and restoring their rights and freedoms by humanitarian law.

Also, the conditions of transitional justice implementation are the institutional reforms in the security sector, law enforcement and public governance. More concrete mechanisms of transitional justice in Ukraine should include:

- Implementing criminal justice in full;
- Implementing truth-telling measures (e.g. truth and reconciliation commissions);
- Compensating for damages in full;
- Implementing institutional reforms.

In Ukraine's current political, legal and socio-economic context and post-conflict situation we can see the failure of effective mechanisms to ensure justice "here and now". At the same time there is an urgent need to implement unique, and sometimes, to develop fundamentally new mechanisms of transitional justice. This is important not only for the restoration of the rights, freedoms and interests of affected people, but also in order to preserve Ukraine's sovereignty and to restore its territorial integrity.

Reference:

1. Conflict in Ukraine's Donbas: A Visual Explainer. URL: <https://www.crisisgroup.org/content/conflict-ukraines-donbas-visual-explainer>.
2. Polunina V. Between Interests and Values. Ukraine's Contingent Acceptance of International Criminal Justice. *After Nuremberg. Exploring Multiple Dimensions of the Acceptance of International Criminal Justice* / S. Buckley-Zistel, F. Mieth, M. Papa (eds.).

Nuremberg: International Nuremberg Principles Academy, 2016. URL: https://www.academia.edu/27422000/Between_Interests_and_Values_Ukraine_s_Contingent_Acceptance_of_International_Criminal_Justice.

3. Polunina V. Unfinished Business: Acceptance of International Criminal Justice in Ukraine. *After Nuremberg. Exploring Multiple Dimensions of the Acceptance of International Criminal Justice* / S. Buckley-Zistel, F. Mieth, M. Papa (eds.). Nuremberg: International Nuremberg Principles Academy, 2017. URL: https://www.academia.edu/31036872/Unfinished_Business_Acceptance_of_International_Criminal_Justice_in_Ukraine.



ИДЕОЛОГИЧЕСКОЕ МИССИОНЕРСТВО: КАК ИИСУС СТАЛ ДЕМОКРАТОМ

*Селевѣрстова Юлия Александровна, соискательница высшего образования
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина.*

Миссионерство – явление очень древнее, однако несправедливо лишённое социологического рассмотрения. Тем не менее, оно успело зарекомендовать себя как эффективный способ воздействия на общественные структуры, при этом заодно капитализировалось и идеологизировалось.

Само по себе миссионерство – явление сугубо религиозное, и в общем смысле представляет собой распространение верования в другие земли. Однако, с XVII ст. религия как форма общественного сознания начинает уступать свое господствующее место идеологии. Логично предположить, что и наличные на тот момент общественные структуры начали идеологизироваться. И. Валлестайн отмечает, что идеологии как таковые могли возникнуть только в капиталистической мир-экономике, где политическое измерение нормализовано [3] (*прим. авт.: а значит имплицитно вписано в социальную ткань без видимого очертания границ*). Учитывая это, нельзя отрицать возможность параллельных процессов капитализации и идеологизации религиозных структур деятельности, к которым относится и миссионерство. Стоит отметить, что процесс капитализации также можно рассматривать как процесс идеологизации, если опираться на труды Альтюссера, Маркузе и др. При этом капитализм будет рассматриваться как глобальная макроидеология, не редуцируемая к простым процессам потребления.

Несмотря на содержательную идеологизацию, формально религиозное миссионерство все еще существует. Африканский континент переполнен маршрутами миссий, чья функция уже давно утратила былую

религиозность, сместившись в поле волонтерства и благотворительности. Результатом всех этих миссий оказывается «медвежья услуга» страждущим: аборигены подсаживаются на «иглу» христианской добродетели, плата за которую чисто символическая – номинально определить себя христианином. В итоге верование по континенту распространяется, благотворительные услуги оказываются, а производительная способность не растет. Такого рода миссионерство давно вписалось в культуру африканских аборигенов и на данный момент является обыденным способом получения материальных благ¹. Таким образом, религиозное миссионерство оказалось не эффективным как с социокультурной точки зрения (в плане развития «отстающих обществ»), так и с чисто производственной.

Для характеристики миссионерских практик в идеологизированном виде вернемся к уже упомянутому выше И. Валлерстайну, который описывает строение мир-системы при помощи понятий ядра, периферии и полупериферии [2]. Ядро – наиболее развитые страны с сильным производством; периферия – страны «третьего мира» находящиеся на геополитическом дне; полупериферия – буферная зона, где находятся страны, которые не так развиты, как страны ядра, но и не столь несостоятельны, как страны периферии. Наше предположение заключается в том, что Ядро вместе с действующим Гегемоном не заинтересовано в развитии стран периферии и включении в свой круг стран полупериферии, а стремятся поддерживать статус-кво и сохранять существующую структуры распределения капиталистических благ (выгодной для стран Ядра). Лучшим способ избегания подобного исхода является использование инструмента заведомо обреченного. Под это описание подходит уже описанное нами миссионерство.

Миссионерство можно представить как взаимодействие между донором и реципиентом. В качестве донора здесь выступает религиозная организация; в качестве реципиента – конечный потребитель миссионерского воздействия, например, африканские аборигены. При идеологическом миссионерстве донором будут выступать страны ядра, а реципиентом – периферии. Декларируемая миссия артикулируется как помощь в развитии и построении демократии / равенства / независимости / экономической стабильности и т.п. Основной упор в подобного рода миссионерских практиках делается на образовательные структуры, т.к. еще

¹ Выводы касательно миссионерства в странах Африки основываются на вторичном анализе интервью христианских миссионеров в Кении, представленных в документальном фильме «Случайный миссионер» [4].

Альтюссер показал важность школы в идеологическом воспитании [1]. Христианские заповеди заменяются на системные положения либерал-демократизма, как сущностной для капитализма идеологии, поскольку мы говорим о Ядре именно капиталистической мир-экономики. В качестве благ выступают не только бесценные знания, переданные апостолами Ядра, но и часто денежное вознаграждение. Формами выражения такого миссионерства могут быть грантовые программы для создания определенного рода социальных проектов, стипендиальные программы за успехи в учебе и следование постулируемым донорам ценностям. Часто при идеологическом миссионерстве делается упор на патриотическое воспитание молодежи: с одной стороны, это можно рассмотреть как проявление локализации миссионерских практик, с другой – как продолжение идеологической колониационной политики Ядра, закрепление деления на мы / они в виду нежелательности расширения. Именно в виду последнего мы говорим не об идеологической экспансии, а об идеологической колонизации, как о явлении, сохраняющем разделение на «преуспевающих» и «неуспевающих».

Таким образом, вопрос изучения идеологических версий миссионерства остается открытым, но более чем перспективным. На данном этапе мы показали выход миссионерства из сугубо религиозного дискурса, указали на связь процессов капитализации и идеологизации и описали принцип функционирования миссионерства как явления.

Литература:

1. Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства (заметки для исследования) / пер. с фр. С. Рындина; научн. ред. И. Калинина, В. Софронова. *Неприкосновенный запас*. 2011. № 3. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2011/3/ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva.html>.
2. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / пер с англ. П.М. Кудюкина, ред. Б.Ю. Кагарлицкий. СПб.: Университетская кн., 2001. 415 с.
3. Валлерстайн И. Центристский либерализм как идеология. *Colta.ru*. 2016. 14 декабря. URL: <https://www.colta.ru/articles/society/13382-immanuel-vallersteyn-tsentristskiy-liberalizm-kak-ideologiya>.
4. Орлов С. Случайный миссионер (Accidental Missionary): Документальный фильм. 2020. 30 января. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1M7971_dnNw&t=624s.



ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Таймасханов Халід Сайд-Магомедович, курсант факультету підготовки фахівців для підрозділів кримінальної поліції Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)¹.

Інтеграція України в європейський соціокультурний простір, розбудова демократичного суспільства вимагають змін в просвітній галузі. Гендерний складник як індикатор розвитку демократичних процесів, проникає у різні сфери життєдіяльності суспільства, стає новою філософією осмислення соціальної дійсності. Організація об'єднаних націй за допомогою своїх повноважень стала рушійною силою для розв'язання глобальних проблем людства у XXI ст. Наміри Сталого Розвитку Тисячоліття, ухвалені на період до 2030 р., є дороговказом для України, персонально п'ята мета стосується звершення гендерної рівності.

Зміст розвитку суспільства в контексті гарантування гендерної рівності – це гендерна справедливість, яка передбачає рівність і права у розподілі благ та відповідальності між жінками і чоловіками, не вимагає «зрівнялівки», через те що жінки та чоловіки мають різні запити і переваги, тому ці відмінності повинні бути виявлені і враховані для усунення дисбалансу. За умови дієвості принципу гендерної справедливості існуватиме гендерна рівність. Законодавство України у сфері освіти ґрунтується на Конституції України та Законах України («Про освіту», «Про дошкільну освіту», «Про вищу освіту»), спеціальних законах, інших актах законодавства та міжнародних договорах України, укладених в установленому законом порядку. Особисто у Законі України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. (Розділ I, ст. «Право на освіту») зафіксовано, що доступ до освіти є рівним, незалежно від національності, віку, соціальної приналежності, статі тощо. В Україні створюються рівні умови доступу до освіти. Жоден не може жити лімітований у праві на набуття освіти. Право на освіту гарантується незалежно від віку, статі, раси, стану здоров'я, інвалідності, громадянства, національності, політичних, релігійних чи інших переконань, кольору шкіри, місця мешкання мови спілкування,

¹ Науковий керівник: Комих Н.Г., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри гуманітарних дисциплін та психології поліцейської діяльності Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

походження, соціального і майнового стану, наявності судимості, а також інших обставин та ознак [1]. Здобуток повної загальної середньої освіти: «...забезпечується в наслідок творення ключових компетентностей, необхідних кожній сучасній людині для успішної життєдіяльності: ...громадянські та соціальні компетентності, пов'язані з ідеями демократії, справедливості, рівності, прав людини, добробуту та здорового способу життя, з усвідомленням рівних прав і можливостей» [1]. Зазначимо, що в тексті Закону тільки один раз зустрічається вислів «гендерний баланс» – у статті 19 Розділу X «Склад Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти», де мовлення йде про склад Конкурсної комісії за результатами конкурсного відбору.

Вища освіта в Україні стала пусковим механізмом, який сформував нове ставлення до наукового осмислення гендерної гіпотези та практики. У Законі України «Про вищу освіту» нема згадки про гендерні терміни, окрім ст. 19, де мова йде про персонал Національного агентства із задоволення якості вищої освіти, що містить посилання на «дотримання принципів гендерного балансу та галузевого представництва» [2].

Гендерна номенклатура також відсутня у Концепції Нової української школи: «Усе життя Нової української школи буде організовано за моделлю поваги до прав людини, демократії, підтримки добрих ідей» [3]. Соціальна та громадянська компетентності, визначені у Концепції, які є базою для усвідомлення принципів гендерної рівності, допоможуть розширити буденний обшир для розвитку індивідуальних здібностей і задатків школярів/школярок, а запровадження програми із запобігання дискримінації, насильства та знуцання у школі сприятимуть втіленню на практиці недискримінаційної освіти. Незважаючи на потужну законодавчу базу, питання інтеграції гендерної складової в освітню сферу залишається недостатньо вирішеною.

Базовим документом, який визначає напрямки впровадження гендерної рівності в сферу освіти, є Стратегія впровадження гендерної рівності та недискримінації у сфері освіти «Освіта: гендерний вимір – 2020». Кабінету Міністрів України «Про затвердження Стратегії впровадження гендерної рівності та недискримінації у сфері освіти «Освіта: гендерний вимір – 2021». Метою стратегії є забезпечення комплексного впровадження принципів гендерної рівності у сферу освіти та формулювання шляхів реалізації гендерного підходу в зазначеній сфері відповідно до світових демократичних засад.

У документі окреслено політику МОН України щодо розширення практики включення гендерного компонента до освітніх програм,

впровадження гендерного підходу в нормативно-правові акти у сфері освіти, підготовку фахівців із питань гендерної рівності та формування професійної спільноти.

У Стратегії Ради Європи з питань гендерної рівності на 2018–2023 рр. основну увагу зосереджено на шести стратегічних напрямках: 1) запобігання гендерним стереотипам та сексизму й боротьба з такими явищами; 2) запобігання та боротьба з насильством відносно жінок і домашнім насильством; 3) забезпечення рівного доступу жінок до правосуддя; 4) звершення збалансованої участі жінок і чоловіків у процесі прийняття політичних та суспільних рішень; 5) охорона прав жінок-мігрантів, жінок-біженців та жінок-шукачів притулку; 6) реалізація стратегії звершення гендерної рівності в усіх політиках та заходах [4].

Таким чином, можна дійти висновку, що досягнення гендерної рівності як демократичної складової та ресурсу соціально-економічного розвитку, реалізується через низку як державних, так і міжнародних законодавчих актів, які визначають стратегічний напрям розвитку освіти в державі на найближчі роки. Однак, у законодавчому освітньому полі України гендерна номенклатура фактично відсутня. Будемо сподіватися, що цю нішу заповнить затверджена Верховною Радою України «Стратегія впровадження гендерної рівності та недискримінації у сфері освіти «Освіта: гендерний вимір». Подібний захід наблизить нашу державу до виконання у минулому підписаних міжнародних зобов'язань перед Організацією об'єднаних націй та Європейським Союзом.

Література:

1. Про освіту: Закон України від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII. *Офіційний портал Верховної Ради України: веб-сайт*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 р. № 1556-VII. *Офіційний портал Верховної Ради України: веб-сайт*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи / за заг. ред. М. Грищенко. Київ, 2018. 34 с.
4. Стратегія гендерної рівності Ради Європи на 2018-2023 роки. URL: <https://rm.coe.int/prems-041318-gbr-gender-equality-strategy-2023-ukr-new2/16808b35a4>.



КІНЕМАТОГРАФ ЯК ПРОСТІР СОЦІАЛЬНИХ ЗНАЧЕНЬ: ТЕОРЕТИЧНИЙ МОДУС

Тицька Марія Сергіївна, курсантка факультету підготовки фахівців для підрозділів превентивної діяльності Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро)¹.

Кінематограф (від грец. *Kínēma* – рух і *gráphō* – пишу, зображую), згідно з визначенням в енциклопедичного словника – це комплекс пристроїв і методів, що забезпечують зйомку і демонстрацію фільму [2]. Термін кінематограф вперше з'явився і став загальноприйнятим в його французькому варіанті – сінематограф, він означає систему створення і показу фільмів, розроблену братами Люм'єр.

Репрезентації візуальної культури (кінематограф, серіали, живопис, реклама, медіа) так само, як і дискурси інституціональних форм знання (наприклад, медицини, психіатрії, соціології) впливають на соціальні уявлення, направляючи повсякденні соціальні практики, і тим самим конструюють тендерні відносини, сексуальність і суб'єктів сексуальності [1].

У рамках герменевтичного аналізу Лотман Ю.М. зазначає, що кожне зображення на екрані є знаковим. Тобто воно має значення, несе якусь інформацію. Але в той же час це значення має двоїстий характер. Образи можуть відтворювати об'єкти реального світу, але разом з цим можуть наповнюватися додатковими, часто несподіваними смислами і значеннями. Символічне відображення припускає соціальне конструювання і може супроводжуватися публічною презентацією образу, яка обумовлена соціальним контекстом [1].

Коли кіноглядач стає більш досвідченим, він знаходить певний багаж досвіду отримання кіноінформації. Він вже починає зіставляти видиме їм на екрані не тільки з реальним життям, а й зі штампами відомих йому фільмів. Це в свою чергу призводить до того, що насиченість надзмістом призводить до втрати інформативності, зображення стають очікуваними і звичними. За таких умов стає актуальним твердження, що предмет не означає нічого крім самого себе. Відбувається відмова від деформованих зйомок і різних

¹ Науковий керівник: Комих Н.Г., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри гуманітарних дисциплін та психології поліцейської діяльності Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

монтажних прийомів, і в результаті зображення стає очищеним від різних асоціацій і знову стає несподіваним, тобто значущим [1].

Лотман Ю.М. у своїй статті «Смуток кіно і проблеми кіноестетики» пропонує розглядати найбільш типові елементи мови кіно. З одного боку – нейтральна, очікувана незначна структура (немаркований елемент), а з іншого значуще її порушення (маркований елемент). Наприклад, зйомка нерухомої камерою / панорамна зйомка; природна послідовність подій. Кадри слідує в порядку зйомки. Події слідує один за одним у послідовності, передбаченій режисером; природний рух кадрів / зворотний рух кадрів, чорно-білий кадр / кольоровий кадр і т.д. Вибір однієї з даних можливостей може бути монтований в межах фільму і з іншими, співвідносячись з вмістом як окремих епізодів, так і цілої стрічки. У будь-якому випадку відбувається вибір з деякого безлічі альтернативних можливостей, що утворюють в сумі набір елементів даного рівня [1].

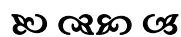
Кінематограф ретранслює візуальні образи. Спенсер С. трактує візуальний образ як повідомлення, яке створює, затверджує та відтворює смисли та значення в рамках культурної ситуації. На думку вченого, необхідно аналізувати презентацію образу, враховуючи його обумовленість політичним та економічними мотивами конструювання, дискурси, міфи, стереотипи, особливості контексту створення образу та його зчитування. Візуальний образ стає лише тоді ефективним, коли відбувається його трансляція через канал комунікації. Кінематограф є динамічним варіантом візуальної презентації, який містить в собі різноманітні дискурсивні практики та інтерпретований, в залежності від контексту глядача та режисера [4].

Великий розвиток ідея аналізу кінематографа як дзеркала соціальної дійсності отримала у німецьких соціологів М. Май і Р. Вінтер, відзначають, що творці фільму завжди прагнуть отримати якомога більше глядачів в кінотеатрі, для чого їм доводиться приділяти серйозну увагу емоційним запитам публіки: її мріям, страхам, фантазіям і проблем. Тим самим кіно вбирає в себе ідеології і конфлікти характерні для даного суспільства і малює його відображення. Однак, на думку Майя і Вінтера, висвітлюючи панівні в суспільстві ідеологеми, кіно разом з тим відображає прагнення, що знаходяться в протиріччі з домінантною ідеологією, і тим самим деконструють її. Ними робиться висновок про те, що аналіз кіно неодмінно повинен бути одночасно і аналізом суспільства, так як зайва концентрація на формі і естетиці кіно, на їхню думку, веде до відриву від соціального контексту і як наслідок до однобічності і спотворень соціальної дійсності [1].

Отже, кінематограф – вид мистецтва, тип комунікації, який породжує і транслює образи культури, що відображає реальність згідно з правилами дійсності. Таким чином, кіно – естетичний феномен культури, який має здатність впливати на масову свідомість населення в силу синтезу візуальних, звукових, емоційних, технічних та інших чинників. Кіно можна використовувати як джерело досвіду, як матеріал для формування соціологічних гіпотез – соціальні образи можуть міститися у фільмі в цілому, в частинах, в сюжеті, персонажах, деталях. За допомогою кінематографічної мови розкриваються соціальні проблеми, критикується або оцінюється реальність, зображується людина в контексті соціальних тенденцій. Моделі поведінки транслюються через тексти кіно, вони створюються і існують завдяки своїм міфічним властивостям [5]. Аналіз персонажів і сюжетних опозицій кіно-текстів дозволяє простежити дію культури – образи кіно виходять з міфу, експлуатують архетипи і створюють нові міфи, нові образи. Воно висловлює певні цінності, образи дійсності, а так само образи нових героїв – або прийнятих або нав'язаних. У кінематографі відображаються існуючі тенденції суспільства, виносяться на перший план основні проблеми. Тому нам необхідно з'ясувати, які саме образи батька та моделі батьківської поведінки демонструє сучасний кінематограф для своєї цільової аудиторії.

Література

1. Аронсон О.В. Кино с теорией и без. URL: http://os.colta.ru/persons/oleg_aronson/video.
2. Енциклопедичний словник. URL: http://enc-dic.com/enc_big/Kinematograf-26597.html.
3. Мкртычева М.С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы. URL: <http://www.teoria-practica.ru/-12-2012/sociology/mkrtycheva.pdf>.
4. Конструирование представлений о прошлом как властный ресурс: Сб. научн. трудов. Символическая политика. М.: ИНИОН РАН, 2012. Вып.1. URL: <http://inion.ru/ru/publishing/ezhegodniki/simvolicheskaja-politika/arkhiv-vypuskov/>.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. URL: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf.



СЕРІАЛИ ЯК ДЗЕРКАЛО СУЧАСНОГО СВІТУ

Чала Анастасія-Серафима Сергіївна, здобувачка вищої освіти
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Думка про те, що серіали є тими форматами масової культури, які найбільш дієво репрезентують реалії сучасного світу і точно «схоплюють»

дух часу, є загальновизнаним фактом. Ба більше, в умовах вкрай медіатизованого суспільства, де виробляється величезна кількість культурних продуктів й візуальних наративів, саме серіали виступають основним каналом інформування населення, розширення його соціокультурного досвіду, просування домінантних цінностей і моделей поведінки. Коротко кажучи, серіали, виконують певну навігаційну функцію, допомагаючи нам краще зрозуміти себе, оточуючий світ і, навіть, його майбутнє.

Водночас, значення серіалів полягає в їх виразній технологічності. Йдеться про те, що серіали, виробляючи масив образів реальності, повідомляючи, розважаючи, аналізуючи, навчаючи, впливають на наші знання, почуття, стилі комунікації, уявлення про себе та інших, про норми і їх межі. Словом, серіали конструюють картину світу (як колективну та й індивідуальну), формують у глядачів компетентність відносно актуального «порядку денного». З цієї точки зору серіальні медіа тексти містять певний нормалізуючий й легітимізуючий ефект стосовно параметрів людського життя. Варто погодитись з думкою А. Хітрова, який зауважує, що серіали є ключовою формою сучасності, яка дуже зручно накладається на життя середньої людини і добре влучає в ритм повсякденності [3].

Таким чином серіал, по-перше, є штучним об'єктом, який (ре)конструює соціальний порядок з його нормами і правилами, а, по-друге, він сам є об'єктом, який програмує / репрезентує соціокультурні процеси, постійно породжуючи стійкі зразки поведінки. Специфічна природа серіалу як технології виробництва реальності добре проаналізована в теорії симулякрів і гіперреальності Ж. Бодрійя, яка ґрунтується на тезі про не справжність і двозначність сучасної соціальної реальності. На думку Ж. Бодрійя: «Постсучасна культура є не просто системою знаків, які опосередковують процес комунікації, але віртуальним простором, що витісняє справжню реальність, підміняючи її симуляційної гіперреальністю» [1, с. 41]. Тобто, ситуація, яка репрезентується в медіа-текстах, зокрема, в серіалах, перетворюється на реалію. Сучасне мистецтво для Бодрійя – це всього лише імідж, який неможливо на перший погляд розглянути, але який вселяє людині певні образи. Мистецтво і раніше могло замінювати людині реальність, але тепер, на думку вченого, воно злилося з реальністю повністю.

Іншими словами, сьогодні серіали як фора масової культури – це не просто фантазія про кращий світ, а репрезентація будь-яких суспільних тенденцій, в тому числі і тих, які здаються нам футуристичними. Отже, можна стверджувати, що ті тренди, які формуються масовою культурою багато

в чому є відображення того дискурсу майбутнього, який вже існує у суспільстві. З цих позицій культовий британський серіал «Чорне дзеркало» (англ. *Black Mirror*) справедливо можливо розглядати як репрезентацію образів майбутнього, які обігрують «складні» питання, пов'язані зі стрімким розвитком цифрових технологій. Відтак, «Чорне дзеркало» – одне з найоригінальніших телешоу за останні 5 років, створене Чарлі Брукером, – це, передусім, історії про цифрову етику, про ефекти віртуальної культури, що вимагають серйозного етичного осмислення: цифрові технології звільнюють або пригнічують людину? чи змінюють технології нашу моральність, людяність? як змінюється наше уявлення про добро, зло, репутацію, смерть, гідність, справедливість під впливом цифрових технологій? де проходять нові кордони дозволеного?

Так, до прикладу, у першому епізоді шоу, який називається «Національний гімн» (англ. «*The National Anthem*», перший сезон, 2011 р.), британський прем'єр-міністр має взяти на себе відповідальність, щоб врятувати життя принцеси Сюзанни, принцеси королівської родини. Її викрали, і її вб'ють, якщо прем'єр-міністр не вступить у статевий акт зі свинєю на Національному телебаченні. Тут шоураннер задає кожному глядачеві просте запитання: що ми цінуємо більше? Наша гідність і цілісність як вільного суспільства? Або життя однієї конкретної дівчини? Правда в тому, що громадяни зобов'язують прем'єр-міністра це зробити, інакше його ненавидить вся країна. Люди хочуть спостерігати, як когось принижують, вони хочуть спостерігати, як принижують свого прем'єр-міністра, щоб вони відчували себе краще. Але чи це не є ознакою глибокої неповаги до себе, власного суспільства та цінностей? Хіба це не ознака суспільства, покинутого повагою? Це ідеальний портрет нашого сучасного суспільства, де панує телевізійний нарцисизм.

Епізод «Я скоро повернуся» (англ. «*The Waldo Moment*», 2011 р.) розповідає історію Марти, яка знаходиться у відносинах з віртуальним двійником (програмою, здатною наслідувати близьких людей) свого покійного чоловіка. Цей епізод дає гарне пояснення різниці між людиною (що, насправді робить нас людиною?) і її віртуальним клоном (який виявляється кращою версією нас самих): де закінчуються права людини і починаються права її цифрового двійника? кому належить після смерті людини право на її цифрову особистість?

Про те, як це – жити в умовах тотального цифрового контролю – епізод «Під укіс» (англ. «*Nosedive*», третій сезон, 2016 р.). Йдеться про символічну владу соціальної мережі, яка стає сьогодні головним інструментом рейтингового оцінювання нашої суб'єктивності й одночасно ефективним

репресивним апаратом. Саме від об'єму цифрового капіталу, яким володіє індивід, залежить якість його життя, соціальних зв'язків, можливостей й шансів відбутися. Слід зауважити, що цей епізод, насправді, зовсім не про футуристичне майбутнє, а про актуальну реальність, захоплену мережевими комунікаціями. Як зауважує С. Ганаба «мережеві технології вже не сприймаються як простий засіб, як інструмент досягнення певної мети, оскільки суттєво впливають на людину та світ у якому вона живе, її комунікативну, емоційну, світоглядно-ціннісну, тілесну сфери тощо. ...З'явившись у другій половині XX століття інформаційно-мережеві технології підпорядковували життя людини та саму людину. За таких умов вона може виявляється цілком «розчиненою» у світі інформації, демонструючи цілковиту залежність від неї. Техніка втрачає свій «нейтральний» характер по відношенню до людини» [2]. Отже, життя у мережі формує специфічний тип суб'єктивності і соціальності, які перетворюють людину на «підприємницьке Я», спрямоване на конформізм і позитивність в свої життєвих практиках (в іншому разі – падіння цифрового рейтингу й соціальне виключення).

Таким чином, підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що телевізійні серіали дійсно стали сьогодні одним з найважливіших джерел формування картини світу і суджень про неї глядачів. Тож, враховуючи рівень затребуваність продуктів телесеріальної індустрії у масової аудиторії, є усі підстави розглядати даний формат в якості каналу конструювання та репрезентації актуальних культурно-символічних кодів.

Література:

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / пер. с фр. Л. Любарская, Н. Марковская. М.: Добросвет, 2000. 258 с.
2. Ганаба С. Мережева взаємодія як новий вид соціальних відносин. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2015. Вип. 1. С. 33-39.
3. Хитров А. Серіалы – это ключевая форма современной культуры. URL: <http://postnauka.ru/talks/43769>.



ПАРАДИГМИ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ

*Чевюк Анастасія Євгенівна, здобувачка вищої освіти Університету імені
Альфреда Нобеля (м. Дніпро)¹.*

Мова завжди існувала не лише як засіб комунікації, а й як інструмент політичного впливу. Для кожної держави мовне питання є важливим, бо мова – це один з елементів ідентичності народу. Втім, ситуація «одна країна – одна мова» спостерігалася далеко не завжди.

Існують нації, які користуються лише однією мовою. Так, шведи, японці, поляки, румуни, угорці та інші народи використовують свої національні мови у побуті, літературі, науці, бізнесі. Так склалося історично, і будь-які інші мови сприймаються цими націями як іноземні або мови національних меншин, але не як такі, які можуть похитнути державний статус.

Є нації-держави, які тривалий час успішно існують на міжнародній арені, але не мають власної мови, яка була би властива лише їм. Так, американці використовують англійську мову (її американський варіант, який не є окремою мовою). Австрійці розмовляють німецькою, більшість латиноамериканських націй – іспанською. Така ситуація склалася історично, і в цих країнах не намагаються її змінити. Більшість колоній Франції навіть після здобуття незалежності залишили французьку як державну (часто єдину), адже мови місцевих племен часто не підходили для науки чи бізнесу, крім того, політичні еліти колоній (майбутніх незалежних республік) отримували освіту французькою).

Нарешті, є нації, де є декілька мов, що також, склалося історично. У Бельгії три державні мови (французька, нідерландська та німецька), у Швейцарії – чотири (німецька, французька, італійська та ретороманська), у Фінляндії – дві (фінська та шведська). Слід зазначити, що до XIX ст. у Фінляндії, яка була частиною спочатку Швеції, а потім Росії, у містах домінувала шведська мова, а в селах – фінська. Зі зростанням національної самосвідомості інтелігенція звернулася до фінської мови; її вивчив етнічний швед К. Маннергейм, майбутній президент країни.

¹ Науковий керівник: Ключник Р.М., кандидат політичних наук, доцент кафедри глобальної економіки Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро).

Співіснування мов не завжди було мирним. Так, в Ірландії та Уельсі під час індустріалізації британська адміністрація була вкрай вороже налаштована щодо місцевих мов, нав'язуючи англійську. В результаті ірландська мова в Ірландії є менш поширеною, ніж англійська; аналогічна ситуація і в Уельсі. Сьогодні знати ці мови престижно та важливо, але сфера вжитку англійської все одно ширша. Крім того, іноземці рідко вчать ці мови, оскільки в усіх випадках туристу достатньо знати лише англійську.

Говорячи про пострадянський простір, слід зазначити, що поширення та закріплення російської мови як домінуючої почалося тут не за радянських часів, а в період існування Російської імперії. Тоді національні мови переважної більшості етносів витіснялися російською, передусім шляхом обмеження книгодрукування і повної русифікації освіти. У СРСР декларувався розвиток мов усіх народів країни, більше того, лише за радянських часів деякі мови отримали писемність. Втім, найпрестижнішими все одно вважалися знання російської. Саме нею проводилася освітня діяльність у вишах, більше того, деякі жителі республік з тих чи інших причин були звільнені від вивчення місцевих мов. Це створило прошарок населення, який не володів національною мовою до 1991 р. І це питання вирішувалося по-різному в різних країнах. Литва, Латвія та Естонія зайняли жорстку позицію, визнавши державними мовами лише мови титульних націй та висунувши вимоги щодо володіння ними для вступу на більшість посад. У 2012 р. в Латвії було проведено референдум, під час якого 75% громадян проголосували проти надання російській мові статусу державної. На південному сході країни більшість учасників висловилися за такий статус, і мер м. Резекне запропонував оголосити її регіональною в Латгалії, але прем'єр-міністр В. Домбровскіс відхилив цю ідею [2].

Після розпаду СРСР деякі країни перевели свої мови з кирилиці на латиницю. Через цю реформу пройшли азербайджанська, туркменська та узбецька мови. Молдавська мова перейшла з кирилиці на латиницю (при цьому триває дискусія, чи є ця мова молдавською або ж варіантом румунської), але у невизнаному Придністров'ї все одно використовується кирилиця. Зараз триває перехід на латиницю казахської мови. У 2021 р. секретар РНБО О. Данілов запропонував перехід на латинський алфавіт української мови [1], але ця думка не знайшла широкої підтримки в суспільстві.

Втім, на нашу думку, однією з основних проблем, з якими зіштовхується функціонування української мови в суспільстві, є аж ніяк не алфавіт. На жаль, досить низьким залишається рівень знань школярів та студентів. Так, у 2021 р. 7,45% абітурієнтів не склали ЗНО з української

мови, а 7,96% – з української мови та літератури [3]. Ситуацію ускладнює й новий український правопис (підручники, наукова та художня література в переважній більшості видані до 2019 р. та за старими правилами). Крім того, часто трапляються випадки порушення законодавства в мовній сфері, зокрема, Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної».

Отже, мовна ситуація та мовна політика багато в чому залежать від історичного досвіду, політичної волі еліти, суспільних настроїв та свідомості громадян. Часто мовне питання використовується політичними діячами для маніпуляцій. Тільки усвідомлення кожним українцем значимості рідної мови й адекватне сприйняття мовної політики зміцнить територіальну цілісність та національну безпеку України. Доки порозуміння з цього питання не буде досягнуто в суспільстві, доти й триватимуть дискусії стосовно мовної політики та статусу державної мови.

Література:

1. Данілов підтримує ідею переходу України на латиницю. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-rnbo-danilov-latynytsia/31455662.html>.
2. Прем'єр Латвії не собирається делать русский региональным языком. *Ліга Новини*. URL: <https://news.liga.net/world/news/premer-latvii-ne-sobiraetsya-delat-russkim-regionalnym-yazykom>.
3. У 2021 році ЗНО з української мови не склали 7,5% учасників, а з історії України – майже 20%. *Громадське*. URL: <https://hromadske.ua/posts/u-2021-roci-zno-z-ukrayinskoyi-movi-ne-sklali-75-uchasnikiv-a-z-istoriyi-ukrayini-majzhe-20>.



РОЛЬ ЛІДЕРА В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

*Широкоградова Анна Юріївна, здобувачка вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).*

Швидкий розвиток суспільства, зміна звичного темпу життя через пандемію спричинили потребу у впевненості та прийнятті неочікуваних рішень. Такі якості найбільш притаманні лідерам, які найвдаліше їх використовують. Тому важливим напрямом сучасних досліджень є лідерство в управлінні. Вчених і практиків найбільше цікавить питання: хто такий сучасний лідер, як потрібно готувати лідера, здатного працювати в нових умовах? Теоретичним дослідженням лідерства в контексті управління займалися такі науковці: П. Друкер, Р. Дафт, Б. Басс, Р. Грінліф, Р. Бояцис та Е. Маккі, С. Кові, У. Бенніс, В. Бланк тощо.

Досвід демонструє, що в сучасних умовах потрібний лідер, який вміє

працювати ефективно і як член, і як голова команди. Для отримання я цих навичок він повинен постійно самонавчатися і саморозвиватись. Йому необхідно постійно поповнювати знання, розвивати навички й уміння управління колективом. Крім того, сучасний керівник – лідер виступає вихователем лідерів на усіх рівнях організації [1, с. 25]. Також він повинен формувати та управляти організаційною культурою. Залежно від типу організаційної культури лідер може виконувати наступні функції:

1. Керівництво організаційною міжособистісною комунікацією шляхом дії на її характер.
2. Відбір гідних претендентів на членство у робочій групі, уміння направляти групову енергію на вирішення організаційних цілей.
3. Дія на членів групи, спонукання їх проявляти свої сильні особові якості та стримувати прояв слабких характеру.
4. Управління соціальними конфліктами.
5. Управління коаліціями, групами, створення і зміцнення стосунків співпраці і партнерства з організаціями, дія з якими стає істотним чинником ефективної діяльності організації.
6. Здійснення змін, визначення ідеї нововведень, формування на її основі цілей, спільності бачення й стратегії змін.

Лідерство і культура – два взаємозв'язаних поняття. Організаційна культура – це сукупність домінуючих стереотипів, цінностей і ритуалів, правил і традицій, які знаходять своє логічне втілення в типових і заохочуваних моделях поведінки, взаємодії членів організації один з одним і з представниками зовнішнього середовища, а також технологіях виробництва товарів і послуг, різних продуктах організаційної діяльності. Організаційна культура є соціально-економічним феноменом, що постійно розвивається і удосконалюється. Вона існує і трансформується під впливом багатьох чинників [2, с. 66]. Найважливішим чинником розвитку організаційної культури є лідерство. Відомий дослідник організаційної культури Е. Штейн відмічав, що унікальний талант лідера полягає у здатності створювати і управляти культурою, це єдина роль лідера, що має реальну важливість. Лідерство слід розуміти як процес вдосконалення організаційної культури, що дозволяє розвивати такі елементи, які у своїй сукупності забезпечуватимуть ефективну діяльність організації по реалізації стратегічних цілей. Фахівці Мічиганської бізнес – школи розробили моделі організаційних культур. Були виділені чотири типи організаційних культур, у яких визначені критерії ефективності організаційної діяльності і стиль управлінського лідерства:

1. Кланова культура. Характерний високий рівень згоди і взаємної

лояльності, а також прихильність традиціям. У організаціях такого типу, як правило, затребувані лідери, що виконують роль покровителя, мотиватора, наставника і вихователя.

2. Ієрархічна культура орієнтована на підтримку внутрішнього порядку і стабільності при прагненні до економічної результативності. Лідери виконують функції координатора, організатора, аналітика і наставника.

3. Ринкова культура характеризується орієнтацією на зовнішнє середовище при дуже високій потребі в стабільності і контролі. Лідери виконують роль генератора та ініціатора.

4. Ad hoc-культура. Характерний динамізм, підприємництво і творчість. Лідер виступає в ролі новатора, підприємця і стратега, що визначає нові напрями розвитку [5, с. 71].

Отже, можна виокремити задачі, які покладаються на лідера та використовувати їх для практичного застосування. До таких задач відносяться виділення головних рис субкультури різних стабільних соціально-економічних груп і інтеграція цих особливостей в провідну культуру; культивування таких рис культури, які визначають ефективність організації(за допомогою мотивації і навчання персоналу); зміна тих загальних рис культури або субкультури певної групи, який перешкоджає ефективній діяльності організації. На практиці в українських управлінських колективах до 64% працівників ідентифікують себе з «білкою в колесі», 10-17% – «гвинтиком» механізму управління і лише 1,5-2% вважають себе генераторами ідей, ініціаторами нових починань [3, с. 83]. Також існує проблема серед українських лідерів, які будують неправильну організаційну культуру за принципом: «Було, було, буде!». Те, що було позавчора, буде і завтра. Такі управлінці є наркоманами відомих їм фактів [4]. Сучасний же керівник мусить бути відкритим для випробування та готовим учитися новому, а не бути в'язнем минулого досвіду.

Таким чином, ми можемо зробити висновок, що для досягнення ефективності у вирішенні управлінських задач лідер повинен обирати ті моделі поведінки, які будуть адекватно домінувати в культурі організації.

Література:

1. Козак К.Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 3 (19). С. 24-28.
2. Лугова В.М., Єрмоленко О.А. Напрями розвитку лідерської компетентності керівників українських підприємств. *Проблеми економіки*. 2012. № 1. С. 64-67.
3. Нижник Н.Р., Цветков В.В., Леліков Г.І., Крупчан О.Д., Дубенко С.Д., Ткачук П.М., Немировський Я.В. Державний службовець в Україні (пошук моделі). К.: Ін-Юре, 2018. 272 с.
4. Фасилітативне управління – інноваційна технологія менеджменту. URL: http://www.slideshare.net/olga_ruo/ss-15725572.

5. Ильина Е.В., Афанасьева А.Н., Романова А.И. Лидерство: особенности управления в строительстве и сфере жилищно-коммунальных услуг. Казань: КГАСУ, 2017. 156 с.



ОСНОВИ ЕВОЛЮЦІЇ ЛЮДСТВА В ЦИВІЛІЗАЦІЙНІЙ КОНЦЕПЦІЇ АРНОЛЬДА ТОЙНБІ

*Шитикова Валерія Станіславівна, здобувачка вищої освіти
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
(м. Дніпро)¹.*

Цивілізаційна концепція англійського історика та соціолога Арнольда Тойнбі є основою для аналізу еволюції людства та причин і проявів різноманітності цивілізацій, що складають основу сучасного світу. На відміну від формаційного підходу, Тойнбі акцентує увагу на хибності тверджень щодо єдності всесвітньо-історичного процесу. Історичний поступ людства він представляє як сукупність розвитку одиничних цивілізацій. Тойнбі виокремлює 21 цивілізацію, з яких до сучасного етапу залишилося 5: Західна Християнська, Східна Християнська (Православна), Ісламська, Далекосхідна (Китайська) та Індуїстська.

Тойнбі визначає цивілізацію, як автономне культурне утворення, що за період свого розвитку проходить стадії виникнення, зростання, надлому та розпаду у результаті чого її заміняє інша цивілізація. Цивілізація не являє собою єдиний організм або особистість, а є певним видом відносин між людьми. У процесі створення своєї концепції Тойнбі наголошує, що визначальним чинником в розвитку цивілізації релігія, яка має бути одиницею виміру історії. Серед чинників, що сприяють появі нових цивілізацій Тойнбі виділяє наступні:

- взаємодію рас та цивілізацій;
- вплив історичного та географічного середовища.

У пошуках чинників розвитку цивілізацій він приходить до концепції «виклику – відповіді», за якою виклики поділяються на природні (стимулюють дію природного середовища та дію нової землі незалежно від характеру місцевості) та людські (спираються на вплив одної соціальної групи на іншу, що перебувають на одній території). Кожен виклик потребує

¹ Науковий керівник: Єрмеєва І.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м. Дніпро).

адекватної відповіді, за наявності якої цивілізація переходить на новий рівень розвитку. За умови відсутності адекватної відповіді, що може бути зумовлено занадто або недостатньо сильним викликом, чи неадекватною реакцією, цивілізація переходить до стадії розпаду. За результатами історичних досліджень більшість суспільств є пасивною та нездатною надати адекватну відповідь. Аби набути такої можливості суспільство потребує наявності осіб здатних зрозуміти природу та сутність виклику і надати гідну відповідь. Також важливим чинником є готовність суспільства прийняти таку відповідь.

Втрачаючи творчі можливості, «творча меншість» більше спирається на матеріальні інструменти, передусім зброю, а інертна більшість проявляє непокору. За таких обставин в цивілізації відбувається розкол на ворожі класи: «панівну меншість» (прагне панувати за допомогою мілітаризму та створити світову універсальну державу); «внутрішній пролетаріат» (людська маса яка згодом створить нову церкву); «варварський зовнішній пролетаріат» (відокремлюється від розколотої цивілізації, та призводить до її загибелі). У цих спільнотах з'являються свої наставники та лідери думки. Банкрутство пануючої меншості, та її нездатність контролювати обставини веде до надлому цивілізації, а згодом до її остаточної загибелі.

Таким чином, зміст концепції Тойнбі розкривається через аналіз причин розпаду та загибелі цивілізацій, надлом яких обумовлюється упадком творчих сил та втратою соціальної єдності в суспільстві. Ключовими характеристиками цивілізацій, за Тойнбі, є ритмічність та циклічність їх розвитку, неповторність та самотність в світовій історії. Цивілізація за Тойнбі представляє собою рух на шляху до духовного розвитку, подолання труднощів та небезпеки, задля досягнення цілі.

Література:

1. Данилова Т., Юдіна В. А. Тойнбі та його універсалістське дослідження історії. *Траєкторія науки*. 2018. Т. 4, № 10. С. 4001-4007.
2. Делія О.В. Поняття «середовище» в теоретичних будовах соціал-прогресистів та представників цивілізаційного підходу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 5. С. 93-96.
3. Демешук А.В. Цивілізаційна теорія Арнольда Джзефа Тойнбі. URL: <https://kuprienko.info/demeshhuk-a-v-tsivilizatsijna-teoriya-arnol-da-dzhzefa-tojnbi/>.
4. Чорна А.М. Концепція А. Тойнбі як основний етап у розвитку теорії локальних цивілізацій. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2011. № 3 (33). С. 75-79.



ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБМІН У СОЦМЕРЕЖІ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ ПІДПИСНИКІВ КАНАЛІВ

Штельмах Павло Олегович, здобувач вищої освіти Науково-навчального інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка¹.

Актуальність дослідження. Інформаційний обмін між індивідами всередині соціальної групи впливає на когнітивні установки, переконання й погляди, отже, й на формування ідентичності людини. Аналогічний процес відбувається в цифровому середовищі всередині соціальної мережі Telegram. Вивчення форм і типів взаємодії підписників Telegram-каналів з інформацією, яку вони отримують дасть можливість зрозуміти як така взаємодія впливає на ідентичність підписників каналів та учасників груп.

Рівень вивченості проблеми. Аксіологію соціальних мереж розроблюють Ю. Калиновський [1], А. Тадаєва [4] та інші вчені. Вірусні технології та явище медіавірусу предметно обсервував Д. Рашкофф [3].

У працях Е. де Боно, П. Вацлавика, В. Джемса, Л. Деймена, К. Г. Юнга йдеться про тенденційний відбір інформації споживачами. Т. Крайнікова мовить про «патерни медіаспоживання – притаманні медіаспоживачам відносно стійкі ментальні схеми, що обумовлюють пошук, сприйняття та продукування інформації, віддавання переваги певним медіапродуктам» [2].

Мета дослідження – розкриття механізму інформаційного обміну в соцмережі Telegram та способу формування ідентичностей підписників каналів.

Об'єкт дослідження – контент соціальної мережі Telegram.

Предмет дослідження – комунікаційна архітектура соціальної мережі Telegram, особливості інформаційного обміну в ній, механізми ідентичності підписників каналів.

Методологія дослідження – особисте інтерв'ю (25 осіб) та моніторинг популярних Telegram-каналів («Двач», «Топор», КБ, «Я против современных трендов», «Гєї», «Україна нульових», ТСН (телеграмна служба новин), «Киев лайв», «Хрещатик news», «Канал Лучкова», «Останній блокпост», «Андрій Білецький»).

¹ Науковий керівник: Крайнікова Т.М., доктор наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри видавничої справи та редагування Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Основний виклад. Telegram – потужний інструмент для формування та гуртування спільнот людей за інтересами, поглядами, професійно-технічними вміннями.

Механізм его-кастингу інформації. Об'єднання людей у соцмережі виникають на основі притаманних їм стійких патернів, що забезпечують їхню ідентичність.

Погляди, в яких людина вже переконана, підкріплюються комунікацією всередині Telegram-каналів та груп, які поширюють повідомлення із начебто беззаперечними фактами на підтвердження існуючої парадигми в свідомості людини.

Натомість люди свідомо і несвідомо уникають каналів, груп та індивідуальних користувачів, які транслюють думки, що суперечать їхнім. Таким чином людина ізолюється всередині своєї «інформаційної бульбашки» і виявляє резистентність до сприйняття нової інформації, яка суперечить стереотипним установкам в її свідомості.

Як це впливає на ідентичність? У доцифрову епоху на людські уявлення про світ впливало безліч факторів: сім'я, оточення і вчителі в школі, викладачі і студенти ВНЗ, колеги на роботі, ЗМІ, література. Людина постійно зустрічала різні точки зору і для того, щоб знайти односторонній, треба було докласти немалі зусилля. І це відрізняється від сучасної ситуації.

Способи поширення ідей в Telegram. Молоді люди гуртуються у своєму інформаційному просторі, який складається приблизно з десятка Telegram-каналів, які транслюють комфортну для них інформацію, підкріплюють когнітивні установки, які людина уже встигла отримати від свого оточення або ж всередині цих Telegram-каналів.

Інформація часто є віральною – передається як медіавірус; при цьому найпростішою одиницею культурної інформації є мем.

Частіше за все мем реалізується у візуальній формі. Відображає певну ідею, переконання, стереотип тощо. Інтернет-мем ґрунтується на тому, щоб викликати у реципієнта емоційну реакцію. Частіше за все – сміх. І хоча на перший погляд здається, що це просто жарти у формі картинок, але інтернет-меми можуть бути доволі серйозним інструментом у формуванні спільноти людей, котрі мають схожі ідеї, політичні, етичні, релігійні, етнічні погляди, переконання і стереотипи для подальшої взаємодії та комунікації з цією групою людей.

Висновки. Молоді люди схильні створювати власну «інформаційну бульбашку, обираючи «улюблені» Telegram-канали (за нашими даними, не більше десяти). Ці канали транслюють комфортну для своїх підписників інформацію – вона відповідає уже сформованим когнітивним установкам

підписників каналів. Водночас подібні (і «потрібні») установки закладають самі ж Telegram-канали до свідомості своїх підписників, формуючи та зміцнюючи їхні інформаційні патерни. При цьому однією з провідних форм комунікації в Telegram є інтернет-мем.

Таким чином, комунікаційна архітектура Telegram спрямована на стимулювання его-кастингу інформації, зниження критичного ставлення до реальності та відкриває простір для маніпуляцій в сфері формування ідентичності.

Література:

1. Калиновський Ю. Аксіологічний статус соціальних мереж як соціокультурна проблема. *Ціннісні орієнтири в сучасному світі: теоретичний аналіз та практичний досвід*: збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції (13-14 травня 2021 р., м. Тернопіль). Тернопіль: Вектор, 2021. С. 14-18.
2. Крайнікова Т.С. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму / за наук. ред. проф. В.В. Різуна. Бориспіль: Люксар, 2014. 372 с.
3. Rushkoff D. Media Virus!: Hidden Agendas in Popular Culture. New York: Ballantine Books, 1994. 338 p.
4. Тадаєва А.В. Аксіологічні засади комунікації молоді в інтернет-просторі. *Матеріали I Міжнародної наукової електронної конференції «Культура в процесі духовно-морального розвитку глобального суспільства»*. Харків: ХНТУСГ, 2018. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?user=foRv_PQAAAAJ&hl=ru.



КОЛОНИЗАЦИЯ КОСМОСА И (АСТРО)СОЦИОЛОГИЯ: ОБЩЕСТВО НА ПОРОГЕ СЕРЬЁЗНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Юрчик Татьяна Геннадиевна, соискательница высшего образования
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина.

Взгляд социологов последнего десятилетия все чаще обращается к сравнительно новой проблематике человеческого освоения космоса [1]. На это есть целый ряд причин: научно-технический прогресс, популяризация темы освоения космоса в массовой культуре, использование космических символов в рамках повседневной коммуникации.

Тем не менее, вышеуказанная тема плохо разработана, и все ещё находится на стадии первичной социологизации. Отдельного внимания в рамках данной работы заслуживает актуализация колониционных практик, с точки зрения их социального контекста, общественного значения и возможных последствий.

Для корректного изучения данной проблематики необходимо отметить её важнейшую особенность: она изучается *в перспективе*, поскольку

программа колонизации космоса не реализована в полной мере, а потому социолог вынужден прибегать к *прогнозированию*.

При этом значимость исследования не только не уменьшается, а, напротив, заметно повышается, поскольку, во-первых, социология может предупредить и ознакомить общество с социальным потенциалом освоения нового пространства (на основе анализа уже существующих общественных тенденций), во-вторых, предупредить о возможных трудностях на тернистом пути человечества.

Говоря о колонизации космоса, «одномерный» человек, в целом, представляет сюжеты современных произведений массовой культуры, где проблематика колонизации космоса показана преимущественно «поверхностно», с точки зрения шаблонного производства, то есть сочетания упрощения формы и ускорения потребления.

Столкнувшись с возможностью (или необходимостью) заселения космического пространства, перед обществом, в первую очередь, возникнет вопрос об устройстве социальной жизни на новых территориях. Данный выбор будет иметь решающее значение для развития социума в новых условиях.

Стоит отметить, что выбор подобного рода гипотетически будет навязан правящей группой, имеющей доступ к ресурсам и власти на Земле. На этот вывод наталкивает наблюдение видимых современных тенденций приватизации космической индустрии: демилитаризация космоса (переход контроля в руки людей, контролирующих существенную долю капитала) эфемерна, поскольку настоящая «монополия на космос» все ещё остаётся у государства, которое реализует собственные интересы через лояльных по отношению к нему лиц, элит.

Люди, владеющие капиталом, будут реализовывать власть, посредством влияния на задаваемый ими же вектор космического развития, который, следовательно, будет предопределен заранее и имеет для этого объективные социальные основания. Соответственно, мнение масс, колонизирующих космическое пространство, будет интересоваться вышеупомянутые группы в последнюю очередь, а если быть точнее: их мнение будет конструироваться, благодаря использованию ряда латентных манипулятивных и дискурсивных методов внушения. В том числе, во избежание напряжений кризисной природы, власть стремится создать обёртку мнимой значимости масс путём воздействия на общественное сознание через уже упоминаемую массовую культуру.

Общественное мнение, благосклонно настроенное по отношению к правящей идеологии и всей капиталистической системе, выгодно, и

помогает устранить потенциальные и уже имеющиеся социальные конфликты на почве разногласий в вопросах устройства общественной жизни, в том числе, в космическом пространстве.

В условиях заселения космического пространства группой людей, их стиль жизни будет переноситься в «новое» социальное пространство под лозунгами (нео)колониализма, при этом, он будет списан с уже существующего образца «земной» жизни (отметим, что физические особенности местности действительно будут вносить свои коррективы во взаимодействие людей в космосе, но все они не будут структурными).

Лишенные каких-либо рычагов влияния на земных «управителей», по причине зависимости от поставляемых ресурсов, – «космическим» людям будет обрезан любой революционный и забастовочный путь для легитимации нового уклада жизни.

Как повседневная, так и политическая идеологии, проявляющие агрессивные экспансивные тенденции (является инструментом закрепления и укоренения в социальном пространстве), также будет перенесены на (ново)освоенные космические территории. Существует серьезная опасность возникновения идеологических конфликтов между различными обществами, социокультурными группами и их представителями, поскольку разнообразие земных идеологических систем неминуемо приводит к борьбе за их доминирование в обществе из-за ориентации каждой на всеобъемлющую тотальность (такое явление наблюдается и в современных нам условиях [2], а потому является объективным основанием для превентивных мер). Решение таких конфликтов будет главной задачей на пути решения глобального вопроса об устройстве космической общественной жизни [3].

Таким образом, вопрос колонизации космоса является не просто фантазией, а серьезным общественным вопросом скорого будущего, что актуализирует данную тематику в рамках социологии. Во избежание военных конфликтов за территорию космоса, социальных разногласий между колонизаторами (в т.ч., на идеологической почве), дискриминационных практик по отношению, например, к новоприбывшим и т.д., необходимо уже сейчас уделять пристальное внимание данной теме.

Литература:

1. Ходыкин А. Освоение космоса как социологическая проблема. *Социологическое обозрение*. 2019. Т. 18, № 4. С. 47-73.
2. Литовченко А., Бойко Д., Юрчик Т. Ревизия социологического дискурса идеологии в дефинитивной перспективе. *Социологические студии*. 2020. № 1(16). С. 46-56.
3. Юрчик Т. Идеологическая экспансия космического пространства (XX век). 2020. 116 с.

ЗМІСТ

<i>Антонова К.С.</i> Концептуальні основи раціональної бюрократії Макса Вебера	3
<i>Белозерцева Є.Є.</i> Теоретичне визначення поняття «цифровий капітал»	4
<i>Беляєва В.О.</i> Конфліктні аспекти в сім'ях студентської молоді України	7
<i>Величковський Р.В.</i> «Проблема порядку» у соціології: історична перспектива та сучасні підходи до вирішення	9
<i>Винник Д.А.</i> Функціональна характеристика конфліктів постбіполярних міжнародних відносин	13
<i>Волкова Д.А.</i> Застосування методів соціологічних досліджень у практиці менеджменту	14
<i>Габовська А.С.</i> Демографічна структура сучасної України	17
<i>Головко А.О.</i> Етнічна нерівність в Україні у суб'єктивних оцінках громадян	19
<i>Гордієнко А.Г.</i> Теоретичні основи визначення міжнародного іміджу держави	22
<i>Демух Т.Ю.</i> Віртуальне мистецтво як практика дозвілля	24
<i>Дудяк А.В.</i> Фемінітиви та гендерна лексика: (ре)презентація у сучасних дискурсах	28
<i>Жила К.В.</i> Маргінальність в умовах сучасного українського суспільства	30
<i>Запаря В.С.</i> Гендерна асиметрія сучасної сім'ї	33
<i>Ільїна А.М.</i> Ейджизм та його прояви в сучасній Україні	35
<i>Ісмаїлова Є.М.</i> Емоції як інструмент створення реклами та маркетингових стратегій	38
<i>Калінчук О.А.</i> Сексуальна об'єктивація як наслідок сексуалізації культури	42
<i>Камалова В.В.</i> Економізація автентичності як ресурс (само)здійснення	44
<i>Кілімченко Д.С.</i> Освітній капітал як ресурс висхідної мобільності ...	47
<i>Клеван І.В.</i> Теорія конфлікту Р. Дарендорфа	49
<i>Ключник Р.М.</i> Бідність та соціальна ексклюзія	51
<i>Кравченко К.Р.</i> Гендерованість українського ринку праці	54
<i>Лавренченко О.Ю.</i> Домашнє насильство в Україні	56
<i>Лавренюк С.Р., Одусанво В.Т.</i> Чинники працевлаштування людей з інвалідністю в Україні	59

Легеня В.О. Соціологічна рецепція причин виникнення та поширення сімейних конфліктів у сучасній Україні	61
Малий А.О. Роль лідера в формуванні команди	64
Осокін О.С. Фейкові новини в сучасному медіапросторі	66
Петронюк В.В. Візуальний образ успішного політика: на прикладі агітаційної політичної реклами	70
Плетінь Б.О. Аналіз ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності «Ашан Рітейл»	72
Светлов О.М. Ukraine's justice in transition: tackling the conflicts through policy	75
Селевєрстова Ю.А. Идеологическое миссионерство: как Иисус стал демократом	78
Таймасханов Х.С.-М. Законодавче забезпечення гендерної рівності в освітньому просторі України	81
Тицька М.С. Кінематограф як простір соціальних значень: теоретичний модус	84
Чала А.-С.С. Серіали як дзеркало сучасного світу	86
Чевюк А.Є. Парадигми мовної політики: ретроспективний аналіз	90
Широкоградова А.Ю. Роль лідера в управлінні організацією	92
Шитикова В.С. Основи еволюції людства в цивілізаційній концепції Арнольда Тойнбі	95
Штельмах П.О. Інформаційний обмін у соцмережі та ідентичність підписників каналів	97
Юрчик Т.Г. Колонизация космоса и (астро)социология: общество на пороге серьёзных изменений	99

Наукове видання

СОЦІОЛОГІЧНІ ДИСКУРСИ

Матеріали V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених
(м. Дніпро, 10 грудня 2021 року)

Здано на складання 15.12.2021. Підписано до друку 21.12.2021. Формат 60x84/16. Папір офс. Друк різнографічний. Гарнітура Times. Ум. друк. арк. 6,50. Обл.-вид. арк. 5,99. Наклад 100 пр. Зам. № 31

Свідоцтво про видавничу діяльність
розповсюдження видавничої продукції
Серія ДК № 5729 від 26.10.2017
видано Державним комітетом телебачення і радіомовлення України
ТОВ «Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+»
49000, м. Дніпро, вул. Вернадського, 19/21
Тел./факс: (056) 745 15 95